

## **OBSAH**

<b>Úvod</b>	<b>2</b>
<b>I. Teoretická část</b>	
<b>1. Co jsou to média</b>	<b>4</b>
1.1 Charakteristika médií	4
1.2 Funkce a význam médií	6
1.3 Rozdělení médií	11
1.4 Dílčí závěr	21
<b>2. Vliv médií</b>	<b>22</b>
2.1 Vliv médií na rozvoj osobnosti	22
2.2 Vliv médií na mladého člověka v různých etapách života	25
2.3 Jak moc jsme ovlivňováni médii	31
2.4 Dílčí závěr	37
<b>3. Jaký může být vliv médií</b>	<b>39</b>
3.1 Pozitivní vliv médií	41
3.2 Negativní vliv médií	47
3.3 Jak moc jsme ovlivnitelní	52
3.4 Dílčí závěr	55
<b>II. Praktická část</b>	
<b>4. Průzkum - vliv médií na rozvoj osobnosti</b>	<b>57</b>
4.1 Stanovení cílů průzkumu a formy hypotéz	57
4.2 Metodologie a charakteristika průzkumu	58
4.3 Dotazníkové šetření	60
4.4 Analýza dat a ověření hypotéz	78
4.5 Dílčí závěr	81
<b>Závěr</b>	<b>82</b>
<b>Resumé</b>	<b>84</b>
<b>Anotace</b>	<b>85</b>
<b>Seznam použité literatury</b>	<b>86</b>
<b>Seznam příloh</b>	<b>89</b>

# Úvod

Ve společnosti existuje v současné době spousta problémů, které ovlivňují a ohrožují život každého z nás. A každý z nás se s těmito problémy vyrovnává jinak. Někdo se věnuje společností akceptovaným a žádaným aktivitám, kdy pomocí sportovních a různých zájmových činností dokáže řešit možné problémy a případně jim i předcházet. Jedním z problémů, jemuž se pravděpodobně současný mladý člověk nevyhne, je sledování mediálních prostředků. Ty se staly naprostou samozřejmostí a součástí našeho života.

Také se dá říci, že v životě současného člověka stále více roste význam mezilidské komunikace jako formy sociálního styku spočívající ve sdělování informací. Komunikace může být bezprostřední, tváří v tvář, ale stále častěji však informace zprostředkovávají média. Zejména masmédia (hromadné sdělovací prostředky) umožňují ovlivňování velkých skupin najednou a v poslední době se aktivně zapojují i do komunikace. Pojem média rozhodně patří mezi nejpoužívanější pojmy současnosti. Sociologové, psychologové, novináři i politici o médiích mluví a píší často v nejrůznějších souvislostech a významech.

Ze slova „médiu“ je zřetelně patrný jeho původ. Vychází z latiny a znamená prostředek, prostředníka, zprostředkující činitel, tedy to, co něco zprostředkovává, zajišťuje. S výrazem či pojmem médium se tak můžeme setkat ve fyzice, chemii, biologii, výpočetní technice i teorii sociální komunikace. A právě obory, které se věnují různým projevům mezilidské sociální komunikace, označují pojmem média to, co zprostředkovává někomu nějaké sdělení.

Vzhledem k výše uvedenému se chci na problematiku působení medií zaměřit ve své diplomové práci, jejíž součástí bude mimo jiné i výzkum za účelem zjištění postojů různých věkových skupin k působení a vlivu medií.

*Cílem práce je vymezit problematiku spojenou jak s pozitivním, tak i s negativním vlivem medií. Jak jsem již zmínil, součástí mé diplomové práce*

*je průzkum a sběr dat za účelem zjištění postojů k médiím. Na základě získaných výsledků je provedeno srovnání a vyhodnocení. Snahou je zjistit jak velká je závislost na médiích, aby výsledky výzkumu mohly být využity nejen pedagogickými pracovníky při každodenní výchovně vzdělávací praxi, ale třeba i rodiči při výchově svých dětí. Poznatky z šetření mohou být rovněž zahrnuty v oblasti preventivní činnosti, výchovy a také při předcházení sociálně patologických jevů.*

*V diplomové práci je hovořeno o vlivu médií na rozvoj osobnosti. Osobností je v tomto případě označován mladý člověk, který je v tomto případě ve věku nejenom dítěte školou povinného, ale i ve věku mládeže, která je na prahu rozhodování o své budoucnosti a také ve věku dospívajících mladých lidí, kteří již mají vytvořen nějaký svůj názor na svět a na svoji budoucnost.*

Pro sestavení teoretické části této diplomové práce jsem použil především odbornou literaturu z oblasti psychologie, sociologie a pedagogiky a použil jsem i některé odborné studie a to jak od autorů světových, tak i českých. Podrobný přehled uvádím v seznamu použité literatury přiložený na konci této diplomové práce.

V části průzkumného šetření jsem použil metodu dotazníku, který jsem vytvořil, a příkládám jej v příloze této diplomové práce. Dotazníkem jsem se pokusil zjistit potřebné informace, o kterých jsem se již zmínil.

V závěru práce zhodnotím výsledky a zjištění, ke kterým jsem dospěl. Výstupem jsou návrhy možností řešení tohoto velmi aktuálního problému ve vztahu ke společnosti. Budu však vycházet z již některých všeobecně známých závěrů některých z autorů.

# 1. Co jsou to média

Média se podílejí a představují stále významnější podobu společenského, politického i kulturního života současných společností. Ve 20. století prošla prudkým vývojem jak tradiční média tištěná (noviny, knihy, časopisy aj.), tak média zaměřená na akustické a obrazové zpracování informací (televize, rozhlas aj.). Značně rozšířila svoji nabídku z hlediska obsahu i metod, zvýšila dosah, vliv a význam. V posledních desetiletích je doplnila média spjatá s rozvojem elektronických technologií (mobilní telefony, počítače, internet).

Jsou nezbytnou součástí našeho života, kdy na nás útočí každý den ze všech stran a dnes si již málokdo dovede představit, jaký by byl život bez televize, rádia, tisku apod. Čerstvé informace jak z domova tak ze světa se pro nás staly samozřejmostí. Dle libosti si pouze stačí vybrat formu jejich podání. Masmédia jsou v tomto jedinečná. Rychle a pohodlně každému dle jeho gusta naservírují dennodenně kupu názorů, úvah a pohledů.

## 1.1 Charakteristika médií

Média, vše shrnující pojem, který v dnešní době používá většina lidí, je vysvětlován různými slovy. Je to pojem moderní doby. Média jsou vysvětlována jako prostředky, jimiž se zprostředkovává moderní forma komunikace. Většinou je obecně uváděno, že základními funkcemi médií je lidstvo informovat, bavit, přesvědčovat a zprostředkovávat např. kulturu.

Média nás zaskočí svou rozmanitostí, pestrostí a svou přístupností. My jsme je přijali a často se stává, že nám chybí. Jsou vlastně členy rodiny. Čím jsou média pro nás důležitější, tím spíše vyvolávají kladné či záporné hodnotové úsudky ohledně obsahu či samostatného užívání. Jsou média pro lidi důležitá? Mnohdy se dá říct, že lidé jsou na médiích závislí. Mnozí by se např. bez televize cítili osamoceni. Jsme obětmi televizních přijímačů a v mnoha případech si to nepřiznáváme. Někdy se ztotožňujeme

s dějem a hrdiny z různých seriálů a snažíme se v reálném životě vytvořit takový svět, který nám je představován v televizi.

Hodnocení médií se významně liší podle individuálních okolností a za určitých podmínek, kdy jednou z nich je například psychická zátěž, síla připoutání, která může být velmi vysoká, ať jde o televizi, knihy či rozhlas.

Masová média silně ovlivňují naše názory, to myslím není třeba zdůrazňovat. Ve zkratce vstřebáváme informace, které jsme schopni v menší či větší míře filtrovat, ale obvykle nedokážeme zcela dohlédnout důsledků vlivu médií na naše uvažování.

*Nepříznivou roli médií vidím v tom, že je zajímají hlavně negativní informace.*

Co mi dále vadí, je mediální pokrytectví. V zájmu o chytlavý titulek napíší negativní články, často na hlavní stránku. Situace se mnohdy vyjasní, novináři jsou vyvedeni z omylu, dozví se "polehčující okolnosti", ale o tom už čtenáře neinformují anebo jen krátce. Důvodem je, že to za prvé není komerčně zajímavé, protože zlepšení image kohokoliv jim výtisk deníku neprodá a za druhé by museli přiznat svoji chybu. Nemohou přece jeden den označit viníka a druhý den shromažďovat polehčující okolnosti. Jakékoliv jejich zpravodajství vypadá vyváženě, oni si ve svém alibismu vybírají, koho odcitují, případně jakou pasáž si vyberou a nám čtenářům poskytnou. Svým způsobem chápu tuhle hru, je mi jasné, že jako novinář bych velmi nerad přiznával nedostatky svých bulvárních článků.

Zamýšlím se nad vlivem médií na nás samotné. I my hledáme v každé zprávě nějaké "ale", hledáme podlé úmysly, nemorálnost aj. Skoro by se dalo říct, že média nám pomáhají vzbudit to horší v nás, ladí nás na negativní strunu.

Závěrem bych podotknul, že školství je v tomto směru nedokonalé a na selekci informací nás moc nepřipraví. Musíme si vybírat, na jaké filmy se díváme, jaké knihy čteme, komu nasloucháme a kým se necháváme inspirovat či ovlivnit. Masová kultura je pro neúspěšné a její podprahový vliv na naše myšlení je velký, i když to máme tendenci popírat. Všimněte si, že ve filmech bývají ti zlí zároveň bohatí a to je voda na mlýn neúspěšným, jichž vždycky bude většina.

## 1.2 Funkce a význam médií

Současná doba je označována za dobu informační exploze, neúměrně širokého spektra informací, které pronikají k člověku z rozmanitých klasických i elektronických informačních zdrojů. Jedním z předpokladů úspěšného života člověka v informační společnosti je schopnost orientovat se v tomto světě informací. Roste tím náročnost situací, s nimiž se musí mladý člověk vypořádat, vzrůstají požadavky především na psychiku (in: Sborník příspěvků z 8. Konference České pedagogické společnosti, Kraus, 2000).

Televize, rozhlas a film prosazující populární kulturu, která je většinou chápána jako druh domácí a rodinné zábavy a zároveň se staly faktorem významně ovlivňujícím rodinný život dnešních lidí. V některých zemích masová média přebírají řadu funkcí výchovně vzdělávacích a ideologických a stávají se součástí vzdělávacích a výchovných institucí. Krátce řečeno masová média pronikly do jádra moderní společnosti, pozměnily společenský život jako celek a staly se součástí každodenního života dnešních lidí. Masová média podle některých odborníků obsahují potenciál, který může přispět ke společenské integraci. Spočívá v možnosti ovlivnit velké množství lidí stejnými hodnotami, myšlenkami a informacemi.

Ze sociálně psychologického hlediska je podstatné, že masové komunikační prostředky ovlivňují lidskou psychiku a sociální chování lidí, a zároveň se jim přizpůsobují.

### Funkce médií

V životě jedince plní média celou řadu rozmanitých funkcí s rozdílnou intenzitou a účinkem, ale i s rozdílnými důsledky. Funkce masmédií se projevují jako úkon, činnost určitého zaměření a významu.

Funkcemi masmédií se například zabývají Kraus a Poláčková (in: 2001), kteří vymezují čtyři základní funkce masmédií:

- **Informativní** - masmédia jsou zde chápána jako nositelé informací, které předávají adresátovi určitým způsobem a mohou ovlivňovat jejich vědomí, názory a postoje. V rámci informativní funkce můžeme vyčlenit funkci:
  - hodnotovou,
  - hodnotící,
  - kognitivní,
  - vzdělávací.
  
- **Komunikativní** - masmédia umožňují dorozumívání, spojení a přenos sdělení. V rámci komunikativní funkce můžeme vyčlenit funkci:
  - socializační,
  - stimulační,
  - kulturní,
  - kompenzační.
  
- **Formativní** (přesvědčovací) - pomáhá utvářet názory a postoje adresáta. V rámci této funkce lze vyčlenit např. funkce:
  - humanizační,
  - výchovná,
  - manipulativní.
  
- **Rekreativní** - umožňuje člověku navodit podmínky pro odpočinek, zotavení a celkovou regeneraci sil, tj. relaxaci.

Dále bych se v této práci zmínil v souvislosti s daným tématem podrobněji o některých dalších významných funkcích, které byly již výše okrajově zmíněny a významným způsobem se podílejí na ovlivňování jedince, ať už v kladném či záporném směru. Jedná se zejména o funkci:

- **Manipulativní** - pozitivně se projevuje především v tom, že společnost aktivizují a nebyvalou měrou zpřístupňují komukoli a kdykoli všechny hodnoty

a právě v této souvislosti může s jedincem hrubě a rafinovaně manipulovat (např. reklama).

- **Zábavnou** - tuto funkci spatřujeme ve schopnosti masmédií uspokojovat naši potřebu prožít radost ze hry, bavit se a přijímat estetické podněty. V tomto smyslu vnímá masmédiá většina konzumní populace.
- **Socializační** - díky této funkci se z médií stávají zprostředkovatelé životních zkušeností, názorů, postojů, pocitů a ideálů jednotlivců. V rodinném prostředí má i specifickou roli integrační, která se uplatňuje prostřednictvím společných zážitků členů rodiny při sledování pořadů, kdy dochází k upevnění vědomí a sociální sounáležitosti.
- **Výchovnou** - ovlivňuje emocionální vývoj jedince především ve smyslu osobní, individuální a společenské angažovanosti a aktivity jako základní podmínky autentického rozvoje osobnosti.

Další členění funkcí médií a motivů vedoucích k jejich užívání (McQuaild, 2002, s. 351). Jejich výčet je následující:

- získávání informací a rad,
- snižování osobní nejistoty,
- poučení se o společnosti a o světě,
- nacházení opory pro své vlastní hodnoty,
- získávání vhledu do vlastního života,
- prožitek vcítění se do problému druhých,
- získávání základny pro sociální kontakt,
- získávání náhrady za sociální kontakt,
- pocit spojení s ostatními,
- únik od problémů a starostí,
- získávání přístupu do imaginárního světa,
- vyplňování času,



- zážitek emocionálního uvolnění,
- získávání struktury pro běžnou denní činnost.

Jako poslední zde uvedené členění funkcí médií (Burton, Jirák, 2003, s. 391), kteří atribuovali médiím následující funkce:

- **Zábavní** - *jsou rozvinuty jako funkce, které publiku nabízejí zdravé pobavení a potěšení a odvádějí jeho pozornost od vážných sociálních problémů.*

Za zdůraznění stojí zvláště výrazy zdravé pobavení a vážné sociální problémy. Musím se ptát, kdo definuje, co je to zdravé pobavení? Kdo určuje míru, kdy zdravé pobavení končí? Existuje nějaké univerzální zdravé pobavení? Míru určují zase jenom média, takže není vůbec možno hovořit v kontextu zdravého pobavení o obecné funkci médií.

- **Informační** - *poskytují publiku nezbytné informace o světě a pomáhají publiku utvářet si o světě představu.*

Jako problematická se mi jeví ta skutečnost, že někdo tyto informace musí utřídit. Jistě nás média nemohou informovat o všem, co se který den událo. Po vlastní selekci toho, co média zveřejní, si určují i prostor a pořadí dané informace ve svém programu. Již v tomto bodě se dostáváme do konfliktu s objektivitou, kdy někdo informace vybírá a třídí za nás. Navíc k nám informace přicházejí přes subjektivní filtr hlasatelů, novinářů a dalších. A tak se může například přihodit, že na místě, na kterém očekáváme seriózní informaci, se dozvídáme o nově narozených mládětkách v zoologické zahradě. Možná je takové pořadí zpráv a jejich výběr vhodný pro naše duševní zdraví, ale do tohoto vnímání jsme médii vmanipulováni.

- **Kulturní** - *předkládají publiku materiály, v nichž se odráží naše kultura a jež se stávají její součástí, zajišťují kulturní kontinuitu, udržují v oblasti kultury daný stav, ale podporují i změnu a růst. Ovšem také vytvářejí masovou kulturu na úkor rozmanitosti subkultur.*

- **Sociální** - *se projevuje v poskytování příkladů života společnosti, jejího jednání, interakce a společenských skupin. Tyto příklady napomáhají k naší socializaci a slouží jako návod k výkladu vztahů mezi jednotlivými událostmi.*

Tato funkce se může stát velmi nebezpečnou. Tím, že nám média předkládají příklady jednání, ovlivňují naše chování a nabízejí modely cíleného životního stylu, který je vybrán médii, ne veřejností. Sociální a kulturní funkce spolu v mnohém souvisejí, protože naše vztahy a kontakty se odvíjejí na pozadí kultury, ve které žijeme.

- **Politické** - *spočívají v poskytnutí představy o politických událostech, tématech a aktivitách, poskytují iluzi, že se příjemci podílejí na politickém procesu.*

Politické funkce médií jsou snadno zneužitelné ve prospěch té či oné strany, toho či onoho politika. Již jsme si pověděli, že média mají možnost třídit informace. Pokud bude jejich cílem vyzdvihnout určitou stranu či politika nebo naopak jiného politika a stranu „potopit“, mají k tomu všechny prostředky a předpoklady. Není těžké vysílat jednostranné informace, nikdo nemůže (komerčním) médiím nařídít, co mají a co nemají vysílat.

## Význam médií

Vycházejme ze základního předpokladu, že masová média (zvláště noviny, televize a rozhlas) mají v moderních společnostech zásadní a stále vzrůstající význam. Tento názor je způsoben tím, že jsou:

- zdrojem moci, prostředkem vlivu, ovládnutí a prosazování inovací ve společnosti, pramenem životně důležitých informací pro fungování většiny společenských institucí a základním nástrojem jejich přenosu,
- prostředím, kde se na národní a mezinárodní úrovni odehrává celá řada událostí z oblasti veřejného života,

- významným zdrojem výkladů sociální reality a představy o ní, proto jsou média také místem, kde jsou kontrolovány, ukládány a nejviditelněji vyjadřovány změny v kultuře a hodnotách společnosti a skupin,
- primárním klíčem ke slávě a k postavení známek osobnosti, stejně jako k účinnému vystupování na veřejnosti,
- vymezují, co je normální a co naopak není v souladu (McQuaild, 1999, s. 21).

Média jsou také prostředím zábavy a určují nejběžnější způsoby trávení volného času. Pomáhají ho rovněž organizovat. Výsledkem je skutečnost, že představuje největší a stále se rozšiřující průmyslové odvětví, které nabízí mnoho pracovních příležitostí a bohatou škálu potenciálních zisků. Proto není tak těžké pochopit, proč masová média od svého vzniku přitahují tak velkou pozornost.

### 1.3 Rozdělení médií

V procesu masové komunikace jsou používána masová média neboli hromadné sdělovací prostředky. Je několik možných způsobů, jak je rozdělit do různých skupin a to podle nejrůznějších kritérií. Některé druhy dělení zde uvedu.

Jako jedno ze základních můžeme považovat rozdělení médií do dvou skupin:

- **tištěná** - zde řadíme noviny, knihy, časopisy a další,
- **elektronická (audiovizuální)** - zde řadíme rozhlas, televizi, video, film, telefon, internet a další.

## **Další druhy rozdělení médií:**

### **1. podle množství lidí, na které působí:**

- **Specifická média** - působí lokálně a patří sem billboardy, dopravní prostředky, výkladní skříně, obaly, reklamní předměty, letáky atd.
- **Masová média** - působí plošně na obrovské množství lidí a patří mezi nejpoužívanější. Řadíme sem televizi, rozhlas, noviny, časopisy a v poslední době i internet. Tyto masová média mají široký dosah a záběr.

### **2. podle možnosti intenzivního působení na emoce člověka:**

- **Horká média** - televize, rozhlas, kino a telefon mají schopnost intenzivněji působit na emoce člověka a obvykle působí na více lidských smyslů. Spolupůsobí zde např. obraz, zvuk, hudba a mluvené slovo. Nevýhoda je nemožnost přenést větší množství informací a skutečností.
- **Chladná média** - noviny, časopisy, billboardy a výkladní skříně mají omezenou schopnost působit na emoce člověka. Mají schopnost předat větší množství informací a rytmus přijetí informací si člověk volí sám.

### **3. Členění médií na elektronická a klasická:**

- **Elektronická** - televize, rozhlas, video, internet a další.
- **Klasická** - noviny, časopisy, výkladní skříně, obaly, billboardy a další.

Toto dělení není jednoznačné, jelikož v poslední době dochází k elektronizaci některých klasických médií. Např. pravidelně aktualizované www stránky novin a časopisů, či přímo elektronické časopisy.

## Jednotlivé druhy médií

V následující kapitole se zaměřím na vybraná masová média a na jejich stručnou charakteristiku, vznik a funkci.

### Televize

- Patří mezi masová média, horká média a elektronická.
- Dělení podle působnosti na celoplošné a regionální televize.
- Televize působí na více lidských smyslů (zrak a sluch). Televize je nejmocnějším reklamním a komunikačním médiem. Je vhodná pro zprostředkování emocionálních informací kratšího rozsahu.

Dříve než vznikla první televize, muselo být učiněno mnoho objevů, které jejímu vzniku předcházely. Tím nejdůležitějším byl objev švédského chemika J. J. Berzelii, který v roce 1817 objevil prvek selen. Tento prvek může měnit světelnou energii na elektrickou a stal se tak odrazovým můstkem pro vzniku prvních televizí. Mnoho vědců poté pracovalo na vynálezech umožňujících přenos obrazu na principu selenových buněk. Tehdejších výzkumů a myšlenek využil polský inženýr P. Nipkow v roce 1884, kdy si dal patentovat své zařízení k rozkladu obrazu na světelné body a k jejich opětovnému složení a tím položil základ mechanické televizi. Koncem devatenáctého století byly učiněny další objevy, které připravily půdu pro nový rozmach televize. Byl to např. vynález fotonky (vnějšího fotoelektrického jevu), která nahradila selenové fotoelektrické články. Popovův a Marconiho objev bezdrátové radiotelefonie vytvořil předpoklady pro přenášení i televizních signálů na větší vzdálenosti. Flemingův vynález elektronky a další objevy.

Rozkladem obrazu na elektronické bázi se zabýval vědec ruského původu V. K Zworykin, který si v roce 1923 patentoval svou snímací elektronku. V roce 1926 američan C. F. Jenkins a Skot J. L. Baird, vytvořili televizní systém na mechanické bázi natolik dokonalý, že v roce 1926 uskutečnili v Anglii první televizní předvádění. První

pravidelný televizní program vysílá v Americe v roce 1928 společnost WGY ve Shenectady. Kolem roku 1934 dokončil Zworykin vylepšování vynálezu elektronické snímání obrazu a lze již hovořit o vzniku elektronické televize. Vysílání na elektronické bázi bylo zahájeno v roce 1936 v Evropě i USA.

V naší zemi zahájila televize vysílání 1. května roku 1953. Nejprve byla součástí Českého rozhlasu a až roku 1960 vznikla jako samostatná instituce Československá televize. Až do roku 1989 to byla jediná televizní společnost u nás. Po revoluci k nám začal pronikat zahraniční kapitál, začaly vznikat nové soukromé televizní společnosti. V současné době máme několik celoplošných stanic a mnoho regionálních, jejichž rozvoj umožnilo zavedení kabelové televize u nás.

### **Klady**

- široká sledovanost okolo 7-8 mil. diváků, emocionální působení, působí zvukem i obrazem, možnost vyjádřit děj v pohybu.

### **Zápory**

- méně vhodná pro přenos věcných informací, vysoké náklady na výrobu pořadů.

### **Noviny a časopisy**

- Patří mezi masová média chladná a klasická.
- Členění tisku na celostátní a regionální.
- Podle periodicity dělíme na deníky, týdeníky, 14deníky, měsíčníky atd.

O historii vzniku tiskovin by se dalo psát velice dlouho, proto to vezmeme velice stručně. Vše začalo v Číně, kde vymysleli papír, od kterého se celá historie vzniku tisku odvíjí. Rozhodující krok na cestě k vynálezu knihtisku učinil opět v Číně Pi Šeng kolem roku 1040, když z kamenů vyrobil první litery. Ve 14. století “objevují” Evropané dřevotisk (deskotisk). Nejdříve se tisknou hrací karty pak svaté obrázky. To už však v Koreji byly vynalezeny kovové pohyblivé typy pro tisk. Tím byl na Dálném východě dovršen vynález knihtisku. První kniha byla touto technikou vytištěna roku 1409.

V Evropě se vynálezem knihtisku proslavil Johannes Gutenberg (vlastním jménem Gensfleisch), zlatník a obchodník z hornické Mohuče (Mainz) v jižním Německu. Jeho vlastním přínosem byl, kromě vynálezu tiskařského lisu, především vynález slitiny olova, antimonu a cínu (tzv. liteřina), kterou používal k odlévání písmen. A tak se zrodil evropský knihtisk, bezpochyby jeden z největších vynálezů v dějinách. V roce 1796 vynalezl pražský rodák Alois Senefelder plošný tisk, tzv. litografii, která hluboce ovlivnila vývoj knihtisku. Litografická technika se totiž stala základem tzv. ofsetového tisku, který se začal vyvíjet po roce 1880 (plně se začal uplatňovat až od začátku 20. stol.). K vynálezu ofsetu přispěli Francouzi Trottier, Missier, Marinoni a Michaud. Ofset umožňoval tisknout velké náklady knih s ilustracemi. K nejzdlouhavějším pracím však zatím stále patřilo ruční sázení stránek. Toto téměř poslední velké úskalí v historii tisku odstranil roku 1886 německý emigrant Ottmar Mergenthaler, který vynalezl řádkový sázeací stroj, pro který se vžil název “linotype”.

### **Klady**

- vysoká čtenost,
- uchovatelnost informací, čtenář se může k článkům vracet, má prostor pro porovnání více článků, informací,
- individuální volba a rytmus vstřebávání informací, čtenář si vybírá, které informace si v kterém čase přečte,
- adresnost z hlediska cílových skupin u časopisů, zejména u časopisů, které jsou určeny úzké skupině čtenářů.

### **Zápory**

- omezená schopnost emotivního působení, tiskoviny mohou působit pouze v omezené míře a to barvou. Barvy v tiskovinách zvyšují pozornost. Jako příklad uvedu BLESK a jeho barevné provedení spojené s velkými nápisy a obrázky,
- nízká adresnost u novin.

## **Rozhlas**

- Patří mezi masová horká a elektronická média.
- Dělení na celostátní a regionální stanice.

Na vynálezu rádia se podílelo několik vynálezců a každý má na jeho vzniku větší či menší díl. Vše začalo u skotského rodáka Jamese Clerka Maxwella, který svými výpočty předpověděl existenci šíření elektromagnetických vln v prostoru. Na jeho práci navázal Heinrich Rudolf Hertz, který pokusy prokázal pravdivost Maxwellových tvrzení. Alexander Štěpanovič Popov pak sestrojil přístroj, který by se dal označit za první telegrafní stanici na světě. Svůj vynález si ale nedal patentovat a tak ho, jak to tak bývá, předběhl někdo jiný. Tím jiným byl Ital Guglielmo Marchese Marconi, který v roce 1896 získal britský patent. V roce 1906 se v Dánsku začala zkoušet metoda dánského inženýra Valdemara Poulsena, která poprvé umožňovala přenos zvuku. Za první zárodek rozhlasu lze považovat pokus provedený dr. Lee de Forest 24. února 1910, který pomocí dvou vodou chlazených mikrofونů přenášel z Metropolitan Opera House v New Yorku árii z opery Carmen. První pravidelné vysílání bylo zahájeno v roce 1920 v USA Pittsburghu. V Evropě byla první Londýnská BBC.

U nás bylo první vysílání zahájeno 18. Května roku 1923. Tehdejší Československo bylo druhým státem v Evropě, které zahájilo pravidelné vysílání. Jednalo se o společnost RADIOJOURNAL, vysílající z pražských Kbel. S rostoucím společenským vlivem rozhlasu se začal v této oblasti angažovat i stát a stal se spoluvlastníkem společnosti Radiojournal. Začali vznikat i studia v jiných městech jako Plzeň, Ostrava, Brno. V roce 1938 se společnost Radiojournal přejmenovala na Český rozhlas a stát se stal 100% vlastníkem. V roce 1954 je zaveden rozhlas po drátě. Po roce 1989, vzniklo na našem území mnoho nových stanic.

*Rozhlas býval nejmocnějším médiem až do vzniku televize.*

## **Klady**

- vysoká poslechovost,
- vnímání i při jiné činnosti,



- mobilnost, přístroje pro přijímání rozhlasu jsou mobilní, takže můžeme poslouchat všude,
- operativnost,
- relativně nízké náklady na reklamu.

### **Zápory**

- podvědomé vnímání a výzkumy ukázaly, že rozhlasové vysílání je často kulisou v domácnosti a v zaměstnání při níž se odehrávají další činnosti. Toto kulisové poslouchání rozhlasu způsobuje, že prezentovaným informacím nevěnujeme takovou pozornost a jejich přijímání není zcela vědomé,
- nemožnost využití obrazu,
- méně vhodný pro přenos většího množství informací, podobně jako u televize není možné prostřednictvím rozhlasu vyčerpávajícím způsobem informovat, posluchač si zapamatuje jen omezené množství informací a zbytek zapomene.

### **Internet**

- Nejnovější médium, které v sobě obsahuje vlastně všechna předchozí média s jejími klady a zápory.

V šedesátých letech se americká armáda snažila najít způsob, jak zajistit, aby armádní počítače rozmístěné po celém území USA mohly spolu bez problému komunikovat, a to i v případě, že část této sítě bude vyřazena z provozu. Výsledkem tohoto projektu bylo spuštění sítě ARPANET v srpnu roku 1969. Jednalo se o propojení 4 amerických universit. Postupně se k této síti připojovaly další instituce, především university. V této době byl ARPANET čistě nekomerční záležitostí. Na jeho vybudování přispívala americká armáda a různé vládní agentury. Podnikatelé o něj ani nestáli, protože nenacházeli způsob jak jej využít. V roce 1989 vymyslel Tim Berners-Lee nový způsob komunikace, hypertextové dokumenty. Texty, které obsahují odkazy na další dokumenty, které mohou být umístěny na jiném počítači, třeba na druhém konci světa. Díky jednoduchému a intuitivnímu ovládní se tento způsob komunikace rozšířil

a dnes jej známe pod jménem World Wide Web (www). Zanedlouho byly k dokumentům připojeny i obrázky. Vzhled dokumentů byl přirozenější a umožnil ještě lepší komunikaci. Právě existence www spolu s masovým rozšířením osobních počítačů přilákala na internet miliony nových uživatelů, a tím začal být internet zajímavý i pro podnikatele.

Jako datum připojení ČSFR k internetu se uvádí listopad roku 1991. V ČVUT tehdy úspěšně proběhly první pokusy s připojením na internet k uzlu v Linci. Formální připojení ČSFR k internetu se slavnostně uskutečnilo 13. února 1992. Internet byl tedy dostupný v Praze na ČVUT, ale po připojení volaly i ostatní vysoké školy z celé ČSFR. V prosinci 1991 schválilo české ministerstvo školství projekt předložený akademickou obcí a v červnu 1992 uvolnilo 20 miliónů korun pro vybudování páteční sítě CESNET spojující univerzitní města. I když CESNET byl vybudován, jako akademická síť v reakci na poptávku po připojení se zanedlouho stal i komerčním poskytovatelem.

S příchodem internetu, nového média, které kombinuje všechny vlastnosti ostatních médií, se objevily i značné obavy, že internet vytlačí nebo alespoň hodně oslabí pozice některých médií. Nejvíce se báli vydavatelé novin a časopisů, že přijdou o své čtenáře, kteří dají přednost internetové podobě. Praxe ale ukázala, že tomu tak není. Reakce čtenářů svědčí spíše o tom, že elektronická podoba je pro dané periodikum spíše reklamou. Čtenář si na jeho základě koupí tištěnou verzi, jelikož lidé jsou zvyklí dostat do rukou potištěný papír, ve kterém si mohou listovat a vzít s sebou kam potřebují. Internet tak tvoří jakousi alternativu pro rychlý přístup k informacím, které jsou dostupné tam, kde je k dispozici internet.

## **Film**

Dalším z důležitých médií, které vznikly jako důsledek vědeckotechnického pokroku, byl film. Umožnil převést starší tradici poskytování zábavy na tržištích do nové formy prezentace a šíření pro daleko větší diváckou oblast. Nabídnul a dále nabízí široké veřejnosti příběhy, podívanou, hudbu, dramata, komiku i technické triky.

## **Telefon**

Komunikace po telefonu je běžnou součástí života. Proto otázka, zda umíme jako zaměstnanci, vedoucí a manažeři dobře telefonovat se může jevit nepatřičnou. Každý z nás si v průběhu života osvojil určité návyky, ale také zlovyky, které v telefonické komunikaci uplatňuje. Telefon je pro nás dobrou pomůckou, ale neumíme se do něj často vyjadřovat konkrétně, věcně, příjemně a úsporně. Komunikace po telefonu přitom může být účinnější než dopis. Uvádí nás do kontaktu se zaměstnanci, nadřízenými, současnými nebo potenciálními zákazníky a dalšími institucemi. A již v prvních sekundách rozhovoru se vytváří u partnera na druhé straně představa o firmě, o osobě, případně o náladě osoby se kterou hovoří.

### **Rady pro správné telefonování:**

- telefon má být na pracovním stole umístěn tak, abychom si mohli dělat volnou rukou poznámky, pro které máme připraven blok,
- telefon nenecháváme dlouho vyzvánět, po zvednutí sluchátka se ihned představíme, mluvíme stručně, zdvořile a s příjemným zabarvením hlasu,
- na každý důležitý hovor je třeba se připravit, zapsat si body, o kterých chceme hovořit,
- nevěnujeme se žádné jiné činnosti, nejíme, nepijeme a nekouříme,
- sluchátko držíme tak, aby nám bylo rozumět, volajícího nepřerušujeme.

Elektronické zdokonalení spočívá zejména v možnosti zařízení zvaného hlasová pošta, které v případě nepřítomnosti volaného na pracovišti či jeho probíhajícím hovoru oznámí tento fakt volajícímu a umožní mu zanechat hlasový vzkaz. Tuto funkci je možné aktivovat i pro průběh porady v kanceláři, kdy nechce být manažer rušen. Je možné automaticky přesměrovat příšlé telefonní hovory na pracoviště, do místa, kde se nachází apod. Hlasová pošta je vhodným rozšířením klasického telefonního spojení, které dále zvyšuje informační hodnotu telefonu, jako nástroje pro komunikaci.

Budoucností telefonů je ovšem jejich propojení s počítačem. Toto spojení přináší nové možnosti použití pro služby jako telemarketing, informace na přání apod. Klíčem, který otvírá prostor pro spolupráci počítače a telefonu je digitalizace hlasu a zvuku a vlastně celé telefonní sítě. Digitální telefonní spojení je v provozu levnější než analogové, umožňuje přenášet čistější informace (eliminace šumů a poruch) a prokládat hlasový signál jinými digitálními signály: počítačovými daty, faxy apod.

## **Fax**

Fax je zařízení sloužící k přenosu obrazových informací po telefonní lince. Stal se důležitou součástí našeho života, jako telefon. Běžný stolní fax je vícefunkční zařízení a představuje kombinaci skeneru, modemu a tiskárny, která přenáší kopii dokumentu po telefonní lince. Skener se použije k nasnímání dokumentu, pro přenos takto získané elektronické kopie dokumentu po telefonní lince slouží modem a u adresáta se přijme zpráva modemem a vytiskne pomocí tiskárny zabudované ve faxu.

## **Elektronická pošta**

Elektronická pošta neboli e-mail znamená vzájemné zasílání informací prostřednictvím počítačových sítí, kdy zpráva vyslaná z paměti jednoho počítače (odesilatele) se do paměti druhého počítače (adresáta) dostává drátovým spojením buď přímo nebo prostřednictvím uzlových bodů sítě. Nejrozšířenější elektronickou poštou současnosti je elektronická pošta v mezinárodní počítačové síti Internet, která má desítky milionů uživatelů po celém světě.

Mezi výhody e-mailu oproti klasické poště patří pohodlí při jejím užívání, jednoduchost, vysoká rychlost přenosu, zaručená čitelnost zpráv, hromadné zasílání na více adres, nižší cena, spolehlivost a bezpečnost.

## 1.4 Dílčí závěr

Z výše uvedených skutečností je patrné, že mnohem více zkušeností máme se světem medializovaným, zprostředkovaným, než se skutečností samou. Naše současná masová média spíše znásobují množství toho, co se k našemu zraku a sluchu dostane, než aby to redukovala. Přesto platí, že to, co vnímáme, je znázornění skutečnosti, ne skutečnost sama, a že nás tento fakt ovlivňuje.

Optimistická vize soudí, že působení informací šířených masovými médii přinesou pravdu, upřímnost, spravedlnost a demokracii do ostatních koutů světa. Připadalo by tedy logické, že média svým působením budou hrát obrovskou roli ve vývoji společnosti, že přispějí k odstranění rozporů a předsudků, že zaútočí na nepravosti a nerovnosti tohoto světa, a že je třeba jejich rozmach všemožně podpořit.

Proti těmto idylickým představám se ozývá druhý názorový proud, který poukazuje spíše na roli médií, jako dobrovolného a servisního služebníka v rukou těch, co jí kontrolují a financují. Z jejich popudu se média můžou stát hlásnou troubou pro reklamu na spotřební zboží, čímž budou přispívat ke zvýšení jejich zisků. Tím ale nikterak neprospějí velké většině konzumentů, naopak prohloubí sociální nerovnosti mezi menšinou majitelů a většinou konzumentů.

Závěrem lze říci, že technika komunikace i uspořádání společnosti se neustále mění a nelze se tedy domnívat, že vliv masových médií na společnost bude v každém časovém okamžiku stejný.

## **2. Vliv médií**

Naši současnost charakterizují pojmy jako “informační společnost” nebo “mediální společnost”. Podobně jako byly předešlé dějinné etapy určovány technickými revolucemi či sociálními změnami, jsou pro naši dobu příznačná masová média a jejich razantní rozvoj. Je to poprvé v dějinách, kdy mají lidé tolik různých možností jak získávat informace, vzdělávat se a bavit z různých zdrojů.

S růstem významu a moci médií roste pokušení jejich výrobců uplatňovat vlastní vliv a dokonce můžeme sledovat snahu o manipulování procesu tvorby veřejného mínění.

Dnešní média nám přináší mnoho informací z celého světa a člověk si tak vytváří obraz světa na základě těchto informací. Tento zprostředkovaný obraz potom chápeme jako fakt, jako realitu. Přitom informace, které dostáváme, mohou být záměrně či nezáměrně zkreslené.

Jako důkaz vlivu médií na veřejné mínění dokládám výsledky výzkumů věnovaných této tématice. Ve dvacátých letech se formulovala představa o roli tisku jako prostředku konstruování významů, kdy lidé nejednají na základě toho, co se doopravdy děje nebo stalo, ale na základě toho, co si myslí, že se děje, podle obrazů, které jim poskytuje tisk.

### **2.1 Vliv médií na rozvoj osobnosti**

O tom, že média změnila a ovlivnila vývoj naší společnosti a zejména kulturu, není pochyb. Jedním z médií, které mají veliký vliv, je televize. Tento vynález změnil mnoho. Lidé přestali chodit tolik do kin a hlavně změnili způsob trávení svého volného času a přijímání informací. Drtivá většina domácností v ČR, ale i v jiných státech tráví večery před televizní obrazovkou. Obvykle začnou sledovat večerní zprávy na kterémkoliv z celoplošných televizních stanic a potom pokračují v naservírovaných

pořadech, jejichž obsah a celková úroveň je velice diskutabilní, a to dokonce i v státní televizi, kde se dodržování nějaké úrovně jaksi předpokládá. O výchovném či vzdělávacím účinku pořadů a zejména filmů americké produkce se nedá ani mluvit. Televizní stanice, a zejména ty soukromé, se samozřejmě chovají tržně a přizpůsobují své programy úrovni a vkusu diváků. V minulosti hojně používaná cenzura již není a tak se na televizní obrazovky dostane kde co. Na násilí a brutalitu filmů jsem si již tak nějak zvykli, ale na hloupost a naivitu některých příběhů, prezentovaných jako skvostná díla zahraniční produkce, si asi jen tak nezvykneme.

V minulosti, kdy vše bylo řízeno a kontrolováno, se na obrazovku dostaly jen informace ověřené nebo schválené za nezávadné pro režim a myšlení lidí. Možná z těchto dob se vžila představa, že co je v televizi, je pravda. Tento jev je možný pozorovat zejména u starší generace, která televizi bere jako věrohodný a pravdivý zdroj informací. Stávají se tak obětí manipulace a často naletí na sliby či reklamní sdělení. Například moje babička věří, že prádlo prané v prášku XY bude i po mnoha vypráních jako nové a podílové fondy, které propaguje herec XX, kterého má ráda, přece nemůžou být špatné. V některých státech světa je televize takovou náhradou kamarádů a někdy i rodičů. Největšími konzumenty televizních pořadů jsou jistě obyvatelé USA. Není se co divit, mají totiž z čeho vybírat, jelikož základní nabídka kabelové televize čítá 100 kanálů.

Cílem médií není vnucovat nám něco, co bychom mohli shledat jako nepřírozené. Naopak se snaží, krůček po krůčku, ovlivňovat naše rozhodnutí. Volba životního stylu s sebou nese další elementy, jako jsou uznávané hodnoty či postoje a zájmy.

Zaměříme se nyní například na dívčí magazíny. Tyto obsahují mnoho sdělení o životním stylu mladých slečen, věnují se úpravě zevnějšku, volnočasovým aktivitám a vztahům s mladými muži. Svými články a obrázky určují dívkám jejich životní styl, kdy je důležité být krásně nalíčená, moderně oblečená a mít správného chlapce, kterého lapíme do správných pastí. Převažují sdělení věnující se právě zevnějšku, což nakonec nese vzkaz, že zevnějšek je to, na čem v životě záleží nejvíce. Taková sdělení se posléze

přesouvají i do časopisů pro dospělé ženy, tam je vzhled opět na předním místě, ale zaměření je spíše na udržení se mladistvou.

Společenské magazíny se různí ve své ceně a tím také v cílové skupině čtenářů. Ty dražší zobrazují honosnější životní styl a náplň volného času, ty lacinější se spíše zaměřují na náplň ledničky a na zvyšování si sebevědomí skrze podryvání vážnosti ostatních, zvláště úspěšných lidí. Všimněme si, kolikrát se v takových magazínech objevuje radost z neúspěchu známých osobností. Magazíny nezřídka přímo útočí i na lidskou důstojnost (například zveřejňováním nelichotivých fotografií, apod.). Nabízí se konstatování, že tato média jsou předpojatá vůči slavným a svým postojem se přibližují publiku, které nemá možnosti dosáhnout na pozice slavných a tak mu zbývá alespoň destruktivní závist. Předpojatost vede i ke lži a často se vyskytují nepravdivé senzační zprávy typu rozpadu manželství známého páru způsobeného nevěrou apod.

Nejenom z výše uvedeného je patrné, že stálým působením a opakováním nám média určují to, co je normální a co je nějak zvláštní či až přímo úchylné. Předvádí nám vlastní podání přirozenosti, které my přebíráme. Média nám určují, co je normální ve všech rovinách, tedy i v případě postojů k závažným sociálním tématům, jako jsou například postoje k menšinám či prostě k různým skupinám lidí. Takové vydělování může mít za následek to, že skupiny se od sebe oddalují a přestávají spolupracovat jako členové celé společnosti. Nelze si například nevšimnout, že médiu jsou protěžováni především mladí lidé. Dalo by se říci, že je jim věnována větší důležitost a vše se kolem nich „točí“. Výsledkem takového působení může být všeobecné mínění, že normální je být mladý a mladí jsou cennější. Takovými vlivy se lidé rozdělují do skupin, mezi nimiž mohou vzniknout až antagonistické vztahy (mladí neberou ohled na starší a starší se proto na mladé zlobí, apod.).

Média se také vyznačují značným vpádem do soukromí známých osobností. Otázkou zůstává, jestli vpád do soukromého života je přirozenou daní být na výsluní anebo by soukromí mediálně známých lidí nemělo být v žádném případě zveřejňováno. Neexistuje jednotný metr pro všechny mediálně proslavené tváře, ale domnívám se,



že ti, kteří do showbusinessu vstupovali s cílem proslavit se, nemají právo proti výpadům do jejich soukromí bojovat, protože média je stvořila, dala jim slávu a tak si jen berou svoji daň. Jak jsme si již uvedli, právě život známých prodává, proto není možné počítat s taktností médií.

## Účinky médií

V souvislosti s médii se hovoří o jejich účincích. Předpokládáme, že média účinek a vliv mají, zkoumáme tedy jak, co, kdo a čím je ovlivňováno. Je těžké doložit, že určitý jev je přímým dopadem působení média, ale jsou jisté konkrétní případy účinků více diskutovány. Hovoří se o změně myšlení, postojů a poznávání, tedy o způsobech, jak nahlížíme na svět a na společnost. Média tedy určují důležitost témat tím, která a jak často zahrnou. Média vyvolávají také emocionální odezvy, které vždy nemusí být kladného charakteru (například když dívka spáchá sebevraždu, protože neodpovídá ideálu krásy).

Diskutovaným účinkem médií je i odcizení, kdy jednotlivci jsou izolovaní a komunikace je směřována pouze od média k jednotlivcům. Možným kontra - účinkem médií, je k posledně zmíněnému, jejich schopnost socializovat, tedy zespolečňovat (Hayesová) a učit se žít ve společnosti (nápodobou) i vzdělávat se (např. naučnými pořady). Existuje samozřejmě další řada účinků médií.

## 2.2 Vliv médií na mladého člověka v různých etapách života

Analýza vlivu televize na obavy veřejnosti z násilí umožnila vzniku kultivační teorie, což je představa, že medializovaná skutečnost může ovlivnit přesvědčení lidí a tím i jejich chování. Jiná studie poukázala na roli médií jako prostředku nastolování otázek. Byl zkoumán vztah mezi mírou pozornosti, kterou nějakému tématu přisuzuje tisk a mírou důležitosti, kterou tomuto tématu přisuzují lidé. Výsledek potvrdil velice úzkou souvislost. Média mají také vliv na náš jazyk a řeč. Média ovlivňují celé rozpětí

našich komunikačních aktivit a to dvěma způsoby, mají vliv na řečová pravidla (výslovnost, gramatiku, syntax) a zároveň ovlivňují naše vyjadřování rozšiřováním a upravováním naší slovní zásoby. Důsledky vlivu médií si tak málo uvědomujeme a přitom zásadně formují i náš životní styl. Například televize nejen lidi odvedla z kin, ale především změnila jejich způsob trávení volného času a vůbec způsob přijímání a zpracovávání informace.

Opravdový vliv masových médií ve společnosti nespočívá v jejich okamžitém působení na specifické příjemce, ale v nepřímém, jemném a dlouhodobém vlivu, který mají na lidskou kulturu a organizaci sociálního života. Čistě slovní popisy přírodních katastrof nebo válečných utrpení nedokáže lidi vyburcovat k solidární akci, tak jako televizní šot nebo reportážní fotografie. Audiovizuální média dokážou apelovat, získat si pozornost i uprostřed informačního přesycení.

Televize má vliv na jednotlivce, ale také má vliv i na rodinu jako celek. Narušuje rodinné rituály a zejména společné jídlo. Užívá čas, který by rodiny jinak věnovali třeba hraní karet nebo společenským hrám. Přetahování se o televizi je častou příčinou konfliktů mezi sourozenci. Kdo ovládá dálkový ovladač, většinou ovládá celou rodinu. Pokud se na nějaký program dívá celá rodina, vzniká alespoň příležitost ke společnému rozhovoru. Mají-li děti televizní přijímače ve svých pokojích, tak čas, který tráví v rozhovoru se svými rodiči, se výrazně omezuje. Dospívající děti, které mají v pokoji veškerá elektronická zařízení jako televizi, CD přehrávač, počítač a telefon si mohou rodinu vypnout. Kromě situací, kdy od rodičů něco potřebují (Doherty, 2006, s. 118).

Rozumové schopnosti a schopnosti vnímání se v průběhu života utvářejí, mění a proto je potřeba se věnovat, porozumět a vnímat televizní vysílání z hlediska vývojových období:

- 6 měsíční dítě dokáže pozorovat obrazovku, resp. proměny obrazu, až 16 minut (pokud není v okolí nic zajímavějšího).
- 18 měsíční děti napodobují jednoduché úkony z televize, např. tleskání.

- Mezi 3 - 5 rokem života děti vnímají z pořadů pouze jednotlivosti a detaily. Nedokážou tedy pořad vnímat jako celek, zaměřují se pouze na nejnápadnější znaky, proto je věnována značná pozornost násilí, které je často doprovázeno rychlou akcí, hudbou, zvukovými efekty a rychlými proměnami scény. Děti v tomto věku prakticky nejsou schopny rozlišovat realitu od fikce. Známy je např. případ čtyřletého chlapce, který vyskočil z okna 4. patra, protože se naprosto identifikoval s postavou filmového hrdiny.
- Mezi 6 - 8 rokem života začíná dítě chápat děj filmu, předvídá, jak se bude dále vyvíjet a zaměřuje se na podstatné prvky. Prožívání filmu se projevuje zapomínáním na čas a okolí, pocením, zrychlením tepu, kousáním se do rtů a tisknutím se do křesla atd.

V průměru u nás sleduje denně televizní vysílání 44 procent dětí ve věku od 5 do 14 let bez rozdílu pohlaví, přičemž tyto děti sledují televizi v průměru 3,45 hodin denně. Celá čtvrtina z nich má vlastní televizor. Pro typického dětského rizikového diváka potom platí, že je mladší dvanácti let, sleduje televizi 3 a více hodin denně, mezi jeho oblíbené pořady patří akční, násilné a hororové filmy, které zobrazují hlavně tzv. nebezpečné televizní násilí, nežije ve spořádaném sociálním prostředí a je vybaven silnější dispozicí k agresivnímu chování. Tuto skupinu není možno omezit pouze na mužské pohlaví. Ostatní děti budou pravděpodobně sledováním televize ohroženy méně.

## **Náhrada rodičovské výchovy**

Obavy z toho, jak může televize ovlivnit děti, se vyskytují od chvíle, kdy byla televize vynalezena a jsou ostatně jen pokračováním obav z toho, jak mohou děti ovlivnit tištěná média či kreslené seriály. Tyto obavy se stupňují spolu s tím, jak se zrychluje technologický vývoj a děti se stávají při konzumaci médií stále méně závislými na rodičích a dospělých obecně. Média a zvláště televize, video a tzv. nová

média jako je počítače a Internet se stala „třetím dospělým“, který vedle otce a matky tráví s dítětem nejvíce času.

Pro socializaci dítěte je důležité, aby se seznámilo s celou řadou rolí, které je v životě čekají a do nichž se bude muset zapojit jako aktivní účastník. Společnost vyžaduje, aby si její členové osvojili celou řadu norem společenského jednání, konvencí a sociálních rolí. Televize je přitom přirozeným médiem, které zprostředkovává normy a role v konkrétních, byť mnohdy fiktivních situacích a je dostupná prakticky všem dětem. Postavy vystupující v televizi nabízejí modelová jednání, z nichž si děti mohou brát příklad. Děti přitom nemusí přímo napodobovat své oblíbené hrdiny, ale pravděpodobně si osvojují hodnoty, postoje a pravidla, jimiž se tyto postavy řídí. Tak se dítě dovídá o některých zásadních společenských normách a konvencích, jejichž osvojení tvoří kostru socializace. Televize se stala tím, kdo se o dítě stará, je vychovatelkou a společnicí dětí. Děti se od ní učí, ač většina programů má nízkou morální hodnotu. Je tím, kdo se o ně často stará a vychovává.

## **Ovlivnění hodnotové orientace dítěte**

Hodnoty, které člověk vyznává, tvoří jeho hodnotový systém, který může být více či méně stabilní a který tvoří hierarchicky uspořádané hodnoty, z nichž některé mají menší či větší životní význam. To se někdy označuje jako hodnotová orientace, která je vlastně tvořena postoji k více či méně významným objektům, událostem, idejím a hodnotám. Vůbec pojem hodnota patří k nejužívanějším výrazům běžné komunikace. Lidé mají určité představy o tom, co a jak je hodnotné, aniž by znali cokoli z teoretických úvah o podstatě hodnot. Tyto představy se však obvykle týkají pouze jednotlivých hodnot, to co považují za eticky správné či nesprávné, výhodné či nevýhodné, krásné či ošklivé, žádoucí či nežádoucí. Pohybovat se ve světě hodnot tedy znamená, pohybovat se ve světě hodnotových vztahů a vytvářet hodnoty znamená tyto vztahy realizovat. Hodnota je těžko uchopitelným pojmem, žádná její definice není zcela výstižná.

Hodnoty úzce souvisí s morálními normami. Mnozí psychologové rozdělují morálku na dvě souvztažné stránky a to subjektivní což jsou vnitřně zastávané osobní zásady chování nebo objektivní a to jsou postoje a chování obecně kladně hodnocené kulturní skupinou, k níž jedinec patří. Zejména tato druhá stránka je psychology zkoumána důkladněji, zvláště v souvislostech celkového rozvoje dětského chování. Obecně je zastáván názor, že morální normy a hodnoty jsou ponejvíce naučené struktury, které si malé děti osvojují nejprve od rodičů, později od učitelů, vrstevnických skupin, sdělovacích prostředků a společnosti.

Sledujeme-li příčiny destrukce morálních hodnot mladého člověka, můžeme vidět, že ke každodennímu životu patří i působení televize, videoprogramů a nevhodných filmů, které často hrají velmi negativní roli. Velké množství drastických a morálně zhoubných situací oslabuje nervovou soustavu dětí a vede k deformacím v mnoha směrech. Násilí i prezentace negativních hrdinů je stálou součástí těchto programů. Dětsí psychiatři, studující vlivy televizního i filmového násilí na děti i na adolescenty shledali, že mladí diváci mohou imitovat násilí, které vidí na obrazovce, ztotožňovat se s některými charaktery, oběťmi nebo násilníky, stát se imunní a necitliví k hrůzám násilí a postupně přijmout násilí jako způsob řešení problémů.

### **Skutečnost a fikce vlivu televizního vysílání**

Podle vlivu televizního vysílání můžeme generačně dělit i naši populaci. Od zahájení televizního vysílání na počátku padesátých let se neustále zvyšoval vliv vysílání.

Rostoucí vliv byl způsoben několika faktory:

- plošným růstem působení,
- časovým nárůstem,
- růstem technického vybavení,
- spektrem televizního vysílání,

- kabelovou televizí,
- strukturací programů,
- profilací skupin diváků.

Všechny tyto faktory prohloubily vliv televizního vysílání na jedince a na celou společnost. Postupný vývoj a stav v určitých letech znamenal odlišnou míru vlivu na populaci a jednotlivé věkové skupiny. Od počátku osmdesátých let se stalo sledování televize nejčastější aktivitou mládeže a tomu odpovídá její vliv. Proto je třeba vztah televize a mládeže sledovat a vliv televize analyzovat (Sak, Saková, 2004, s. 93-94).

Je nepochybné, že televize zobrazuje mnohem více násilí fiktivního než násilí skutečného. Když bychom to zhodnotili prakticky, tak všechny televizní stanice regulují svými interními předpisy zobrazování drastických scén ve zpravodajství, ale méně již ve filmech (Matoušek, Kroftová, 1998, s. 104).

Je pozoruhodné, jaký je rozdíl mezi obrazem zločince v naprosté většině filmů se scénářem a zobrazeným zločincem ve zpravodajství o skutečných událostech. Filmový zločinec je nápadně často líčen se sympatiemi a to i v případě, že se scénář inspiroval skutečnou postavou a nevádí ani fakt, že živá předloha filmové postavy zabila řadu lidí, uskutečnila sérii loupežných přepadení, způsobila velké škody a utrpení jednotlivce či skupiny. Ani režiséři se nebrání, aby do úloh hlavních hrdinů obsazovali nepopulárnější herce a aby je naproti skutečnosti činili postavami pro diváka co nejsympatičtějšími. Tyto prvky zejména nalezneme ve filmové produkci USA, která zaujímá vedoucí postavení v evropských kinech i televizním vysílání evropských stanic, kdy zločinec je často velmi idealizovaný. Každé vyprávění příběhu je v jistém smyslu pohádkou a legendou.

Ale jak všichni dobře víme, v pohádkách se střetávají pozitivní a negativní postavy a dobro vítězí nad zlem, kouzly a čáry. Příběhy, ve kterých se hrdinou stává zločinec a vítězí nad jinými zločinci, nebo dokonce nad policií a soudci jsou tudíž jenom pohádkami. Svědčí to o tom, že sama západní civilizace má nedostatek obranných látek proti zlu.

## 2.3 Jak moc jsme ovlivňováni médii

Mohou mít vůbec média vliv na člověka? Mohou a nejen na jednotlivce, ale i na celé skupiny lidí, strany, státy a v neposlední řadě i na celý svět.

Média dnes určují chod dějin. Je pravdou, že dějiny utvářejí lidé, ovšem v dnešní přetechizované době platí, že kdo ovládá média, ovládá i veřejné mínění.

Co je vlastně vliv médií? Média, i když v trochu jiné formě existovala od pradávna. Umění řečnit bylo podle mne pravděpodobně prvním médiem. Ve starém Římě byl řečník schopen svou obratností slova před davem svrhnout samotného císaře.

A co potom takové náboženství, není to také médium? Vždyť jeho vliv na člověka byl a je až alarmující. Vliv vysoce postaveného jedince nebo skupiny v církvi může ovlivnit širokou masu lidí a bohužel ne vždy k dobrému. Veškeré války, které kdy lidstvo vedlo, byly pouze kvůli něčí zvrácené ideologii a jeho vlivu na veřejné mínění. Ano, lidé by měli věřit, ale především v sebe samotné a ne v někoho nebo něco.

Nevím, jestli se dá považovat otázka vlivu médií na člověka za správnou. Spíše by měla být položena takto: Vliv člověka na člověka skrze média. Ano, v tom případě je vliv médií na lidi nesmírný a bohužel lidé jsou rádi a snadno ovlivňováni. Dnes je to o to jednodušší, že média na nás číhají na každém kroku. Už nemusíme vyhledávat řečníky, číst tlusté moudré knihy, na které ani nemáme čas, protože dnes si je nosíme v kapsách s sebou. Mobilní telefon, fenomén současné doby, je hodně velké médium. Vždyť v naší desetimiliónové zemi máme více jak dvanáct miliónu mobilních telefonních přístrojů. Že ne? Že největší média lidstva jsou noviny, rádio, televize a Internet? To je pravda. Ale neobsahuje dnešní mobilní telefon všechny tyto média v sobě? Je pravda, že noviny z něj nikdo neudělá, ale k čemu noviny, když máme Internet. Za pár let už dost možná noviny nebudou zapotřebí, za stejný poplatek si svůj oblíbený denní tisk stáhnete v elektronické podobě do svého přístroje, protože potřeba papíru, je na naší planetě ohromující.

Ano, technika jde rychle kupředu a s ní ruku v ruce informace. Vždyť média nejsou nic jiného než informace. Na každého z nás, aniž si to vůbec uvědomujeme, mají informace veliký vliv. Jejich vliv je tak velký, že dokáže zabíjet i naše děti. Současný trend kultu těla už stál nejednu mladou dívku zdraví a co hůř, i život. Vezměte si časopis, televizi a chodící věšáky na módní oblečení, nádherné ženy ve spodním prádle nebo bez, zpěvačky, samozřejmě se skoro dokonalou postavou, prezentované jako to nejlepší z naší společnosti. A protože to vidíme skoro všude, začínáme se s tím ztotožňovat. Dívky podle svých vzorů drží drastické diety a k tomu je opět vybízají média svými reklamami na různé hubnouce tablety, koktejly nebo náplasti. Mohou vůbec tomuto mediálnímu tlaku odolat? A největší ironií je, že otočíte na druhou stranu, kde je vám vyprávěn příběh anorektičky a její cesta za krásnou a dokonalou postavou.

Další z vlivu medií představuje vliv na naše soukromí. Pustili jsme si je do svých domovů, trávíme s nimi náš volný čas místo toho, abychom se věnovali svým blízkým. O vpádu médií do soukromí by nejvíce mohly vyprávět veřejně známé osoby. Vrtkavost přízně médií a honba za prodejností nebo sledovaností může udělat z člověka, jeden den vychvalovaného a druhý den zavrhaného či dokonce zničenou trosku.

I takto negativní vliv mají média nad námi. A my se opět necháme rádi masírovat těmito informacemi a dál si budeme kupovat bulvární plátky nebo koukat na bulvární pořady v televizi.

Média byla, jsou a budou zneužitelná a využitelná. Kdo ovládá média, ovládá tak trochu nás všechny. Média mají vliv i na naše morální hodnoty. Není daleko ta doba, kdy války a hrůzy odehrávající se tisíce kilometrů od nás, se nás až tolik netýkaly. Oběti války, znetvořená těla, to vše bylo daleko. Jenže s rozvojem televize a Internetu se náš svět smrsknul do malé krabice před námi. Na válku, katastrofy a osudy lidí koukáme takřka denně v přímém přenosu a co je nejhorší, pomalu si a to zvykáme. Už dokážeme udržet oči na obrazovce, když před námi umírá lidská bytost a média nám to podávají tak, jako bychom po ničem jiném ani netoužili. To má na nás a hlavně na naše děti velký vliv.

A co je možná ještě strašnější, že bude hůř. Protože my v dnešní uspěchané době informace žádáme a vyhledáváme. Podle našich společenských norem totiž platí, kdo



není dostatečně informovaný, tak je trochu zaostalý a kdo má dostatek informací je tak trochu ovlivněn. A kde bereme naše informace? Převážně z médií. Tak dá se proti tomu alespoň trochu bránit? Nevím, ale myslím si, že by si z každé informace měl člověk vzít asi tak polovinu. Polovina jsou možná fakta a polovina možná lež. Vždyť tu informaci psal pouze člověk!

## **Výchovná rizika médií**

Tradičně diskutovaným problémem spojeným s médii je hodnota nebo úroveň masové kultury, neboť nevyžaduje přílišné myšlení, ale usiluje o to, aby pořadu rozuměl každý. Masová kultura tedy musí, aby byla skutečně masovou a srozumitelnou všem vrstvám lidí s různým vzděláním a různými zájmy vycházet z nejnižší úrovně vzdělání, vkusu, potřeb a zájmů svých potenciálních příjemců a konzumentů. Z toho plynou negativní dopady na vývoj člověka jako osobnosti, tím pádem i společnosti jako celku a nakonec i kultury samotné. Z tohoto bývá vyvozována stagnace kultury na průměrné až podprůměrné úrovni. Masová kultura nevytváří podněty pro další kulturní rozvoj.

Masová kultura posuzována z hlediska její role a funkce, kterou ve společnosti plní je pak často kritizována proto, že je jen oddechovou záležitostí vedoucí k pasivitě a nepodněcující myšlení, odvádí člověka od jeho vlastního života do fiktivního světa smyšlených hrdinů. Cílem masové kultury je zisk a nikoliv skutečné kulturní hodnoty. Mezi její negativa tedy patří především to, že ochuzuje duševní život populace a učí konzumnímu způsobu života, deformuje fakta a tak vytváří falešný pojem o světě.

Je nesporné, že učí negativním vzorům, případně vede k napodobování, ale bohužel většinou agresivního chování, už u nejmenších jsou to seriály jako Tom a Jerry. Právě poskytovanou brutalitou a pornografií otupuje lidské cítění, vede k povrchnosti a stává se nástrojem manipulace s jednáním a myšlením lidí. Pořady, které se dříve vysílaly v pozdních nočních hodinách, dnes mají diváci možnost shlédnout v odpoledním čase. Masová kultura je nástrojem manipulace, nabídka plodí poptávku, když někomu něco vnucují, vyvolá to v něm potřebu, kterou dříve neznal.

## Konzument mediální skutečnosti

Konzumentem mediální skutečnosti je do značné míry každý z nás. Ovšem ten, který je dostatečně vyzrálou osobností, tak přijímá informace zprostředkované médii pouze jako fakt, který buď přijme, nebo nepřijme a má nadhled. Kdežto dítě, které teprve objevuje určité souvislosti, poznává okolní svět a formuje svoji osobnost, tak není schopno ve vztahu ke skutečnosti zcela rozpoznat a identifikovat, co je či není pravdivou realitou, idejí či pouhým záměrem prezentovat určité prvky výrazněji až lživě. Postrádá potřebné zkušenosti, aby dokázalo situaci dostatečně analyzovat a dojít k objektivním závěrům a chybí mu nadhled v tom, co je vhodné či naopak nevhodné pro jeho vývoj.

Pokud dítě nedostává adekvátně zaměřenou výchovnou péči a tedy i potřebné výchovné vzory, pak může docházet k výchovné zanedbanosti. Výchovně zanedbávány bývají zejména děti primitivních rodičů s nízkou kulturní úrovní, ale někdy i paradoxně děti v rodinách s vysokou socioekonomickou úrovní, kde však na dítě rodiče nemají čas, kde je dítě nevídané či stojí příliš v pozadí v řadě různých jiných hodnot a zájmů rodičů. Rodina navenek může působit jako harmonický akceschopný celek. Ovšem rodina, která není schopna zajistit normální vývoj dítěte a plnit požadavky společnosti na výchovu je označována za rodinu dysfunkční (in: O. Matoušek, 1999).

Je zřejmé, že v těchto rodinách, kde jsou skryté nebo zjevné poruchy rodinné atmosféry, dochází k nesprávně zaměřenému vývoji osobnosti. Jedinci se nedostávají potřebné a pobízející vlivy, takže jeho citové rozpoložení je velmi vratké. Upevňují se pouze přebrané, většinou nepříznivé vzorce chování, neboť rodiče se nevěnují dítěti tak, jak by měli a tím pádem ani nesledují důsledně náplň jejich volného času. Rodina, jejíž vztahová atmosféra je nedostatečná, místo aby dítě připoutala, vyžene je do jiného společenství, ať už toho zprostředkovaného médii v mladším věku dítěte či později skutečného v období pubescence a adolescence, jímž jsou party překračujících často společenské normy a zákony.

## Ohrožení perspektivy dítěte

Masmédia nás nepochybně silně ovlivňují, neboť zasahují naši psychiku, aniž bychom si to vědomě uvědomovali. Nepřímo, pomalu sice jemným způsobem, za to však dlouhodobě. Velice silným prostředkem k ovlivnění lidské psychiky je hlavně televize a ostatní audiovizuální prostředky komunikace. S ovlivňováním psychiky je spojen také problém, že při pravidelné konzumaci informací masmédií vnímáme obraz reality tak, jak nám jej tyto prostředky předkládají. Máme možnost vnímat jen to, co nám masmédia předloží. Jaksi upravený obraz skutečnosti. Masmédia vytvářejí v našich myslích iluzi světa. Tento problém je hodně zřetelný hlavně u mladé generace, dnešních teenagerů, což si mnozí dospělí uvědomují, využívají toho a současně je to na rozdíl od jejich dětí trápí. Proto se řada odborníků dlouhodobě zabývá účinky sledování televizních pořadů na děti. Kdyby mediální násilí bylo izolovaným jevem, asi by žádný problém nepředstavovalo. V souhrně s dalšími rodinnými a společenskými faktory však může stát u zrodu násilí reálného, neboť vzrůstá agresivita i v běžném životě, jak ve společnosti, tak i v rodinách (in: P. Poethe, 1999).

Příčiny, které způsobují stejné násilí, jako je prezentováno v médiích mohou spočívat již v tom, že dítě má málo zkušeností a důsledek některého činu si neuvědomí. Impulzivně je v danou chvíli zláká nutkání napodobit určitý čin, neboť ještě nedokáže plně domyslet jeho následky. Nekultivované až nepřátelsky agresivní prostředí však nezpůsobí, že člověk se vydá na šikmou plochu, ale posune ho tím směrem. Pokud se tedy sejde víc rizikových faktorů, tak potom i mediální násilí může mít větší vliv. Řada dětí má velké problémy proto, že mu dospělí neposkytují bezpečí. Mají své starosti, pracují, chtějí se realizovat anebo to neumějí. Dítě vyroste, přijde do školy a ta mu v řadě případů také pocit bezpečí nedá. Dává mu pětky a říká mu, jak je hloupé, zlobivé a špatné. Dítě si rychle vytvoří jakousi ochrannou krustu a tváří se, že ho to nezajímá, ale není to tak. Každé dítě je ohroženo případným neúspěchem, např. pokud dítě špatně čte, je pokládáno za neúspěšné. S největší pravděpodobností pak nebude hledat úspěch a uznání v samotném čtení nebo ve škole, protože tam to nejde, bude ho hledat někde jinde a potom i televize může mít větší vliv. Žije-li dítě v rodině, kde jsou vztahy přijatelné, právě tak jako jeho vývoj a školní úspěšnost, nemůže ho žádný film

přivést k násilí. Avšak pokud dítě vyrůstá v podmínkách horších nebo dokonce špatných, může pro něj televize sehrát roli důležitého vzoru. Najde si proto vzor v hrdinovi z filmu, který je úspěšný, obdivovaný a disponující svaly a vždy přítomnou pistolí, která všechny přemůže.

## **Únik z reality**

Do očekávání mládeže, což je zejména ve věku do 15 let se promítá její sociální pozice na hranici mezi dětstvím a dospělostí. Zásadní motivací sledovat televizní vysílání je pobavit se, odreagovat se a odpočinout si. Svá očekávání ještě nenaplněná v reálném životě náhradně očekává v realitě televizního vysílání. Jednou z charakteristik současné mládeže je ochuzení jejich životního pole a jejich reálného života. Reálné prožitky, reálné vztahy a reálné události zprostředkovává televizní a virtuální realita.

Mezi funkcemi, které se médiím připisují, jsou rovněž odstranění nudy, zábava, trávení volného času a podněcování představivosti. V tomto kontextu vyvstává nutkavý problém, který představuje vztah dětí a tzv. interaktivních médií, mezi něž také patří počítač. Ten sám o sobě není škodlivý, ovšem některé jeho produkty ano. Dětem se například ve světě počítačových her vytváří klamná realita, v níž mají postavení, jež neodpovídá realitě. Setkáváme se tak často s pojmem virtuální realita což je vlastně neskutečná realita, tedy cosi, co má schopnost vypadat a chovat se jako skutečnost, ale není to tak.

## **2.4 Dílčí závěr**

Média se zmocňují čím dál širšího výseku oblastí a činností společnosti člověka a zabírají stále více časoprostoru člověka. Důsledkem těchto změn je radikální proměna životního pole člověka. Přirozený svět je v životním poli člověka pomocí médií vytěsňován a nahrazován mediální a virtuální realitou. Mladá generace začíná do značné

míry žít virtuálně v kyberprostoru.

- Vliv médií na mladou populaci je velký, uvědomíme-li si, jak důležitou součástí využití volného času mládeže tvoří sledování sdělovacích prostředků, resp. styk s nimi. Podle většiny provedených studií tvoří televize stále roli vedoucího média, a to i přes rapidní rozvoj internetu a dalších mediálních nosičů a s nimi spojenými možnostmi.
- Jen pro ilustraci u mládeže od 10-18 let zabírá sledování televize až 120 minut denně! A pro zajímavost ještě jeden detail, okolo 11% z doby strávené před obrazovkou zaujímají reklamy. Pro celkový obraz je vhodné připomenout, že děti nejsou nějakou minoritní televizní skupinou, vždyť osoby mladší 18 let tvoří dnes okolo 37% světové populace.
- Negativní důsledky vlivu elektronických médií na děti a mládež jsou obecně známy. V zásadě jsou negativa zahrnuta ve dvou sférách. V první řadě jsou to viditelné a zřejmé obsahové vlivy, které jsou obsažené v programech rozhlasu a televize, jako je násilí, sex a krutost. Druhou oblastí je cílené ovlivňování diváka včetně dětí, které je často víceméně skryté a uskutečňováno především pomocí reklamního působení. Ochrana před nežádoucími vlivy je i v ČR řešena formou speciálních zákonů, tzn. mediálním zákonem, což je Zákon o rozhlasovém a televizním vysílání a zákonem o regulaci reklamy.
- Naše právní úprava vychází z platných směrnic EU, zvláště pak ze směrnice "Televize bez hranic" - Směrnice Rady Evropy (č.89/552/EEC) a z doplňující Směrnice Evropského parlamentu a Rady (č.97/36/EC), které si v této oblasti kladou za cíl stanovit a uplatňovat pravidla k ochraně nezletilých v televizním vysílání, reklamě a teleshoppingu. Stanovené zásady jsme přejali i my do českých právních předpisů. Evropský koncept přitom nevyklučuje, že členské státy mohou přijmout i přísnější opatření, což v praxi uskutečnily např. skandinávské země, vlámská část Belgie, Itálie, částečně Řecko a Irsko.

- Přes obecně přijímanou a po letech represí a restrikcí i částečně vítanou určitou liberalizaci přístupu k obsahu rozhlasových a televizních programů, se časem postupně mění i názor české veřejnosti a její vztah k médiím včetně jejich vlivu na děti. Konečně i řada průzkumů uskutečněných v posledních letech, poukazuje na potřebu a požadavek omezit míru násilí a pornografie v českých médiích, především ve vztahu k dětskému a mladému divákovi.
- Rodiče jsou hlavním a nejdůležitějším prvkem v televizní výchově dětí, oni rozhodují o tom, před kterými pořady děti chránit, ale zároveň hledají, co dětem doporučit. Přirozeně pak rodiče v největší míře doporučují dětem ke sledování pořady, které sami znají ze svého dětství. Určitě je významným faktorem rodičovský příklad, neboli zvyklosti, které vidí dítě v domácnosti. V každém případě, přes všechna pasivní systémová, zákonná i třeba technická opatření, zůstává hlavní a aktivní role ve vztahu dítě a média na rodičích a rodinném prostředí.
- V oblasti vlivu reklamy na mladého diváka je systém regulace poměrně složitější. Vzniká už základní problém definice škodlivosti vlivu a jeho případné dokazování a právní zdůvodňování případných postihů a to pak i před soudem. Zatím chybí soudní judikáty, obecně stanovené a v praxi uplatňované standardy.
- Společná horní věková hranice pro definování negativních vlivů reklamy je v našem státě stanovena na 18 let, což může být někdy vnímáno jako sporná hranice. Např. ve Švédsku je v některých případech významná hranice již ve věk 12 let, například je zcela zakázána reklama pro děti do 12 let a je zakázáno vysílat reklamy před a po dětských pořadech.

### 3. Jaký může být vliv médií

Pozitivní a negativní efekty sledování elektronických médií představují specifický problém ve vztahu k divákům a uživatelům. Děti a především mládež představují velmi důležitou skupinu zvláště s ohledem na možnost vtištění jistých vzorců chování, které se zhodnotí v okamžiku vstupu mladého člověka a uživatele do dospělé společnosti. Při hodnocení vlivu médií vycházím z toho, že napodobování je psychologickým základem učení a zejména předškolní děti jsou v tomto směru velmi manipulovatelné.

Děti jsou významnou diváckou skupinou pro televizi. Některé dětské věkové skupiny dosahují velkých časových úseků denního sledování televize v rámci celé populace, dívají se samozřejmě nejen na dětské pořady. Jedním z důvodů je zvyk odkládat malé děti k televizi, k němuž se přiznalo mnoho rodičů. Na druhé straně patří televize v současnosti neodmyslitelně k životnímu stylu a její naprosté uzavření dětem představuje stejně absurdní extrém jako mnohahodinové vysedávání u obrazovek. Právě proto, že elektronická média patří do našeho světa, je rozumné seznámení se s televizí a dalšími médii jako se součástí výchovy dítěte a součástí života mládeže. Pokud dítě nemá vůbec možnost sledovat televizi, je to pro jeho vývoj nebezpečné, protože mu chybí vědomost a zkušenost o významné součásti světa, do něhož vstupuje. Ještě více než u dospělých je televizní pořad častým tématem debat v dětském kolektivu, a to už od mateřských škol.

Pokud dítě nezná žádný z pořadů, o němž se baví spolužáci, hrozí mu pocit méněcennosti, to samozřejmě neznamená, že musí vidět vše, co viděl někdo z kolektivu, ale musí mít možnost zapojit se alespoň někdy. I malé děti a tím spíše školáci u vhodně vybraného televizního příběhu relaxují a odreagovávají si stresy.

U malých dětí je třeba se při výběru pořadu vyvarovat např. prudkým zvrátům, násilným střihům, agresivní hudbě či negativnímu vyústění příběhu. Naopak vhodné je např. časté opakování, které zcela malým dětem velmi vyhovuje, pozitivní opakuující se momenty a pozitivní závěr každé akce. Toto lze odvodit z příkladu britského pořadu Teletubies, který byl, jako jeden z mála připraven podle pokynů a za stálého dozoru

týmu dětských psychologů a pedagogů. Doporučuje se také nejvýše pět hodin týdně sledovat televizi malým dětem. Jestli sami vysedáváme večer co večer před obrazovkou, pak je už předem ztracena šance, že z dítěte vychováme správného televizního diváka, protože děti své vzory věrně kopírují (Říčan, Pithartová, 1995, s. 42).

Řada výše uvedených poznatků o sledovanosti platí překvapivě i pro věkovou kategorii adolescentů, kdy klesá počet hodin strávených u televize ve prospěch přátelských kontaktů, společenských akcí a studia. Televizní pořady však zůstávají frekventovanými tématy rozhovorů, video a počítačové hry pak i náplní společně tráveného času.

Vývoj mediálních aktivit mládeže ve věku 15 až 18 let není jednoznačný. Řada těchto aktivit u mládeže klesá. K trvalému poklesu dochází u dnes již klasických mediálních aktivit, především u četby knih, nejstaršího média přenosu informací. Nejprudší pokles je však u média, které bylo fenoménem 20. století a to u filmu. Pokles návštěvnosti se dokonce v posledních letech ještě urychluje (Sak, 2000, s. 165).

Hodnocení obecného vlivu televize na psychiku mladistvých vychází z faktu, že působení jakékoliv informace je tím silnější, čím méně předchozích znalostí a zkušeností je k dispozici pro kritické zhodnocení zprávy a čím méně jsou ustálené hodnotové a morální postoje. Oba faktory vedou k vyššímu ohrožení dětí a mládeže v souvislosti se zobrazováním násilí a pornografie než dospělé populace.

Z jednotlivých příčin této zákonitosti vystupuje do popředí zejména:

- dětská zvědavost a vnímavost,
- nepřipravenost dětské psychiky,
- podstatně snížená schopnost dítěte odlišit zobrazení od reality a vytvořit si tak odstup od děje,
- zobrazování násilí, pornografie a také sebepoškozování,
- hlubší a trvalejší vtištění až do polohy trvalých vzorů jednání.



Zejména pracovníci s mládeží a dětsí lékaři vyslovují velmi často mínění, že na dětském násilí a krutosti se podílí násilí v televizi a dalších médiích, jež vede k neschopnosti rozlišit fikci od reality. Kvantita těchto jevů na obrazovce je popsána ve zjištění Americké psychologické asociace, kdy statistický patnáctiletý Američan viděl na obrazovce cca 6000 vražd a 100 000 jiných násilných činů.

### **3.1 Pozitivní vliv médií**

Člověk vyrůstá uprostřed mnoha podmínek, které se podílejí na utváření jeho osobnosti, poměru ke světu a hierarchii hodnot. Zvláště silně působí na jedince hromadné sdělovací prostředky, které vychovávají, informují a pomáhají navázat rychlý kontakt s druhým člověkem a také poskytují zábavu. Ve vědomí i podvědomí jedince zůstává po každém kontaktu s médií stopa jejich vlivu a působení. Výsledkem toho je pak formování postojů příjemce vůči okolní realitě, vůči sobě samému a druhým lidem (in: R. Mezulánik, 2004, 4. konference Člověk a média).

Jak už bylo výše uvedeno média plní různé funkce, z nichž stěžejní je pro osobnost nepochybně funkce vzdělávací a výchovná. Není novou informací, že média hrají při výchově dětí a mladistvých značnou roli.

Kraus a Poláčková uvádějí, že média hrají roli zejména při utváření názorů a postojů jedince, ovlivňují emocionální postoj jedince k otázkám sociálním, především ve smyslu osobní, individuální a společenské angažovanosti a aktivity jako základní podmínky autentického rozvoje osobnosti (Kraus, Poláčková, 2001, s. 65).

Do výchovy jedinců zasahují určitým způsobem časopisy a knihy, díky nimž jedinec získává informace týkající se např. sexuální výchovy. Důležitější roli při výchově však hraje televize, prostřednictvím níž mohou sledovat soužití v jiných rodinách, problémy vrstevníků nebo krizi či problémy, do kterých se může člověk dostat, když se nedrží pravidel. Jedinec se tak začíná identifikovat s určitými rolmi, může nacházet v určitých příbězích ponaučení, které chytrý rodič nebo učitel využije

v rámci svého výchovného působení. Mnohdy si ani neuvědomujeme, jakou významnou roli mohou hrát v procesu edukace vhodně zvolené pohádky, filmy či výukové pořady, kterými můžeme jedince rozvíjet, nebo poukázat na vhodné a nevhodné jednání.

Velmi zajímavou myšlenku pronesl německý psycholog H. Rücker, když řekl, že „Nejlepší výchova je dobrý příklad“. Zdůrazňuje, že nezáleží na tom, jestli vychází z dobrého příkladů rodičů, učitelů anebo dobrých příspěvků v médiích.

Klíčem k pochopení každého média není to, co toto médium samo o sobě dělá nám, ale jakým způsobem s ním nakládáme my. Východiskem k jakémukoli zacházení s médii pak je, zda vůbec a nakolik se v něm orientujeme. Masová média nejsou charakterizována pouze velkým počtem komunikujících, ale jsou to média, která předpokládají existenci mas a formují je. Masy jsou pak lidé, kteří se stali hromadně manipulovatelnými, a to právě prostřednictvím masových médií.

## **Vymezení mediální výchovy v rámci českého školství**

Média tvoří tak důležitou součást našeho života, že jsou vedle rodiny a školy další institucí, která se podílí na socializaci jedince a která v tomto procesu bezesporu zaujímá velmi důležité místo. Stávají se důležitým socializačním faktorem, který má výrazný vliv na chování jedince a společnosti, na utváření životního stylu a na kvalitu života vůbec. Děti by proto měly být systematicky vychovávány k určité „mediální gramotnosti“.

Helus (2004, s. 65) pokazuje na to, že pozitivní význam médií na vývoj dětí a mládeže vůbec nemusí být automatický, ale je až výsledkem specifického edukačního působení, mediální, resp. multimedialní výchovy.

**Mediální výchova** je poměrně nové téma a stala se plnohodnotnou součástí českého vzdělávacího systému. Našla své místo ve schváleném rámcovém vzdělávacím programu pro základní školství, ale i pro gymnázia. Česká republika se tak přiřadila

k zemím, kde je poučení o mediální problematice nedílným prvkem všeobecného vzdělávání.

Mediální výchova jako jedno z průřezových témat RÁMCOVĚ ZDĚLÁVACÍHO PROGRAMU dále jen RVP je realizována, jak na prvním, tak druhém stupni. Výzkumný ústav pedagogický se domnívá, že je vhodné zařadit toto průřezové téma nejdříve ve třetím ročníku.

RVP pro základní vzdělávání upravující vzdělávání žáků s lehkým mentálním postižením, v němž je také zařazena mediální výchova, jí vymezuje následovně: „Mediální výchova v základním vzdělávání nabízí elementární poznatky a dovednosti týkající se mediální komunikace a práce s médii. Média a komunikace představují velmi významný zdroj zkušeností, prožitků a poznatků pro stále větší okruh příjemců. Pro uplatnění jednotlivce ve společnosti je důležité umět zpracovat, vyhodnotit a využít podněty, které přicházejí z okolního světa, což vyžaduje stále větší schopnost zpracovat, vyhodnotit a využít podněty přicházející z médií.“

RVP dále uvádí, že „mediální výchova má vybavit žáka základní úrovní mediální gramotnosti. Ta zahrnuje jednak osvojení si některých základních poznatků o fungování a společenské roli současných médií (o jejich historii, struktuře, fungování), jednak získání dovedností podporujících poučené, aktivní a nezávislé zapojení jednotlivce do mediální komunikace. Především se jedná o schopnost analyzovat nabízená sdělení, posoudit jejich věrohodnost a vyhodnotit jejich komunikační záměr, popřípadě je asociovat s jinými sděleními“. Dále pak učí jedince orientovat se v obsahu a v schopnosti volit odpovídající médium jako prostředek pro naplnění nejrůznějších potřeb, od získávání informací přes vzdělávání až po naplnění volného času (VÚP, 2005, s. 78).

Šeďová (2006, s. 73), která se zabývá problematikou mediální výchovy, tak poukazuje na obecné cíle mediální výchovy, které vymezuje dvojím způsobem. U pozitivního vymezení klade důraz na to, aby se člověk naučil využívat média ke svému prospěchu, dominuje zde tedy funkční aspekt. U negativního vymezení zdůrazňuje potřebu naučit se bránit potenciálně poškozujícímu působení médií. Dominuje zde aspekt ochranný.

## **Rodinná mediální výchova**

Děti se s televizí seznamují od nejtěplejšího věku v prostředí rodiny a zde se také utvářejí jejich základní návyky a postoje vztahující se k užívání televize. Lze proto říci, že mediální výchova začíná v rodině. Raná televizní konzumace se socializuje v rodině, to znamená, že rodina dítě učí z velké části nezáměrně a neuvědoměle, jak se dívat na televizi.

Reichlin a Winkler (2007, s. 151) uvádějí, že příležitostné sledování sporných pořadů či hraní her jinak stabilní dítě nepoškodí. Pro rodiče je nutné najít si čas a sledovat jak kvantitu, tak kvalitu programu, kterým jsou děti dnes vystaveny. Hlavní zodpovědnost za to, na co se dítě bude dívat a na jakou hru si bude hrát, záleží na rodičích. Samozřejmě je také důležité dohlédnout na to, aby děti nevysedávaly u televize příliš dlouho a často, neboť nic nemůže nahradit čas dítěte strávený s rodinou nebo kamarády.

Vůbec platí, že čím lépe je na tom dítě ve své rodinné konstelaci a vztazích s širším okolím, tím lépe se vyrovnává se silnými televizními zážitky a tím méně má sklon televizi propadat. Když něco takového nastane, je to varovný symptom, že je něco v těchto vztazích v nepořádku (Blažek, 1995, s. 170).

Šed'ová (2006, s. 74) vysvětluje rodinnou mediální výchovu jako pojem, který zahrnuje „uvědomovanou rodičovskou výchovnou práci, která je vedena určitým pedagogickým záměrem.“

Hoganová (2001 in: Šed'ová, 2006, s. 74) definuje rodinnou mediální výchovu jako „proces směřující k tomu, aby se dítě stalo selektivním, poučeným a kritickým mediálním konzumentem.“

### **Rodinná mediální výchova by měla zahrnovat:**

- omezování času stráveného s médii,
- výběr kvalitních programů,

- uvědomělé rodičovské chování v roli modelu,
- vytvoření vhodného mediálního prostředí.

Tabulka uvádí techniky rodinné mediální výchovy, které lze v rámci výchovy použít.

<b>Technika</b>	<b>Způsob realizace</b>	<b>Cíl</b>
Omezování přístupu k televizi	Pravidla a direktivní výroky, nabídky jiných činností	Omezit množství času dítěte u televize, zabránit tomu, aby sledovalo nevhodné pořady
Divácká doporučení	Pobízení dítěte ke sledování určitého konkrétního pořadu	Zajistit dítěti příležitost k hodnotné a obohacující mediální konzumaci
Monitoring	Nárazové kontrolování času, který dítě u televize tráví a obsahů, které sleduje	Identifikovat sledované obsahy a čas u televize
Spoludívání	Společné sledování pořadu, který je primárně určen dítěti	Poskytnout dítěti pocit opory a posilovat intimní pouto mezi dítětem a rodičem, zajisti si přesný přehled o tom, na co se dítě dívá
Konverzace u televize	Rozhovor v průběhu spoludívání	Zvýšit porozumění dítěte danému pořadu
Explicitní informace o televizi	Předávání explicitně formulovaných poznatků a tvrzení o televizi	Předat dítěti poznatky o TV, naučit ho na vědomé úrovni využívat možnosti, které TV nabízí a bránit se možným poškozujícím vlivům

(Klára Šed'ová, Pedagogická orientace 1/2006, s. 82)

## Počítače a Internet

Zpřístupnění Internetu přineslo mnoho významných změn, z nichž asi nejdůležitější byla ta, že původně uzavřený Internet byl otevřen téměř každému. Další změnou bylo výrazné zjednodušení jeho použití. Technická bariéra padla a s ní se snížila i bariéra ekonomická. Před Internetem, ale nadále stojí bariéra psychologická, spočívající v nepochopení Internetu, neporozumění jeho podstatě a nedocenění jeho možností. Internet poskytuje velké možnosti, má neomezený přístup k informačním zdrojům z celého světa a k online zpravodajství. Můžeme navazovat kontakty s lidmi z celého světa, diskutovat s nimi, sdělovat své názory a přitom zůstat v anonymitě.

Komunikační možnosti internetu spočívají v neomezeném kontaktu s kýmkoli na světě. Člověk může vystupovat v různých rolích, povoláních, může měnit svůj věk, pohlaví, vzhled, a tak uskutečnit svou vysněnou představu o sobě. Internetové vztahy se vyznačují ztrátou zábran, větší otevřeností a sdílností.

Internet je užitečný pro každého, kdo pracuje hlavou či potřebuje ve větší míře informace. Například v oblasti informací o zdraví. Mnoho lidí nemá odvahu se na určité věci týkající se zdraví informovat. Na internetu najdou, co potřebují. Nebo oblast vzdělání. Zkušenosti dokazují, že studenti jsou mnohem aktivnější v dotazování a konzultacích se svými učiteli, mohou-li používat email. V dnešním světě mají informace strategickou hodnotu a rozhodují významně o úspěchu či neúspěchu nejrůznějších aktivit. Proto velmi záleží i na tom, jak snadno, rychle a efektivně se lidé k informacím dostávají, jak přehledné tyto informace jsou, jak jsou aktuální, jak jsou věrohodné, jakou mají míru utříděnosti apod.

Internet je pro mnoho lidí zajímavý. Často mu obětují hodiny svého času. To může vést až k tomu, že se nadšení Internetem klade na úroveň něčemu takovému, jako je závislost na hracích automatech. Samozřejmě to, že je někdo něčím nadšen, tak že to pak také zaujatě hájí, neznamená, že se jedná o něco špatného. Schopnost takto se lidí zmocňovat přece nemají jenom drogy nebo hrací automaty, ale i umění, sport či užitečná práce.

## 3.2 Negativní vliv médií

Televizní obrazovka má přitažlivé a magické kouzlo a v době, kdy se postupně odcizujeme, se často stává trpělivým a poměrně nenáročným členem domácnosti. Jak se můžeme právem domnívat, rozvoj televize postupně nahradil mezilidskou komunikaci v rodině. Aniž bychom, jsme si to uvědomovali i při jídle zíráme na obrazovku a přijímáme pasivně informace a to i některé nepříliš vhodné vzorky chování, krutosti a násilí. A co děti?

Negativní účinky má podle četných psychologických výzkumů televizního násilí především u těch dětí, které jsou k násilnému chování disponovány:

- dědičnými a konstitučními faktory,
- rodičovským nezájmem či nepřátelstvím,
- příslušností ke skupinám, které sdílejí deviantní normy

(Matoušek, Kroftová, 1998, s. 105).

Podívejme se na daný problém z hlediska výchovy rodiči. Jakých chyb se dopouštějí? Úplně těch nejjednodušších. V mnoha případech posadí dítě před televizní obrazovku, aby si odpočinuli a měli chvíli klidu pro sebe, ale právě v tu chvíli začíná děti vychovávat televizní obrazovka.

Děti z ní snadněji přijímají vzory a druhy chování. Nelze však všechny rodiče tzv. házet do jednoho pytle. Nedostatkem času na dítě mohou být i jiné faktory, např. vydělávají peníze, aby zaopatřili sebe a rodinu. I v tomto případě se projevuje rozpad tradiční rodiny. Jsem přesvědčen, že nejčastějšími příčinami rozepří v rodinách, které negativně působí na děti, jsou:

- **nedostatek finančních prostředků** - např. jeden nebo oba z rodičů jsou nezaměstnaní,
- **generační problémy** - na výchově dospívajících dětí se pouze v malé míře podílí rodiče. Do výchovy se zapojují příbuzní, kdy hlavní vlivy plynou od babiček a dědečků.

S generačním problémem souvisí další problém a to:

- **neshody při výchově** - rozdílné názory na společné soužití, které je ovlivněno z jedné nebo druhé strany. A to tolerancí, alkoholismem, nevěrou a podobně.

Ale vedle rodičů a učitelů mají dnes i nezanedbatelnou odpovědnost vůči nejmladším generacím i tvůrci televizního vysílání. Odpovědnosti se nemůže zbavit ani stát, respektive jeho ustanovené orgány pověřené dohlížením nad médii.

Představa, že přísnější regulace televize a jiných médií je oním zázračným lékem, který společnost zbaví vysoké úrovně kriminality mládeže, je samozřejmě naivní iluzí.

Proto je pro rodiče pochopitelněji snadnější odsuzovat obsah televizního vysílání, než by si s dítětem povídali a řešili společné problémy. V pozici učitelů je zase jednodušší obviňovat televizi z kažení mládeže, než uvažovat o odlišném přístupu k rizikovým žákům. A politik? Ten řekne „pláčete na nesprávném hrobě“, aby on sám nebyl tím činitelem, který navrhne reformu ústavy pro obtížně vychovatelnou mládež (Matoušek, Kroftová, 1998, s. 106).

## **Upřednostňování média před četbou**

Video a televize postupně potlačuje i čtení knížek. Televize jako pasivní forma předávání velkého množství informací rychle nahrazuje v mnoha směrech aktivnější čtení. Lidé v současné době raději dávají přednost filmovým adaptacím literárního díla, než aby si přečetli knihu, která klade na čtenářovu fantazii vyšší nároky (in: J. Maňák, 1991).

Život současných dětí je z velké části naplněn médii, kterými nebyly předchozí generace obklopeny v takové intenzitě. Kniha se tak ocitá v konkurenčním prostředí, v kterém měří své síly. Dnešní děti vnímají televizi, počítač, mobilní telefon jako přirozenou součást svého života. Činnosti spojené s počítačem, co do časového objemu,



převyšují klasické aktivity jako je četba knih, časopisů a deníků. Současnou etapu vývoje společnosti, ale i celé lidské civilizace lze charakterizovat jako přechod od tištěných médií k elektronickým technologiím a k multimédiím, což rozhodně znamená pokles četby knih a přesunutí intelektuální aktivity na osobní počítač a internet.

Taková televize má dnes své místo v každé domácnosti, téměř každé dítě sleduje televizi denně. A proto pravidelné sledování televize je razantním konkurentem čtenářských aktivit. Společné sezení u televize či zapnuté televize bez jejího sledování jsou součástí rodinného klimatu. Rodiče se dětem méně věnují, dělají s nimi méně aktivit a méně s nimi komunikují. V tomto smyslu není sporu o tom, že televize je sociální i kulturní bariéra přístupu ke čtení a knize, a to jak ve světě rodičů, tak dětí. V rodinách, kde je čas u televize regulován nebo je dítě motivováno k jiným aktivitám, najdeme čtenáře častěji. Pokud tedy dítě tráví u televize méně času, sleduje ji méně pravidelně, má volný čas a ten může být vyplněn jinými smysluplnými aktivitami.

Vzmemme-li jako empiricky prokazatelný příznivý vliv četby na vzdělání, výkonnost a subjektivní prožitek vzdělání, pak lze konstatovat, že časté a dlouhé sledování televize jednoznačně působí proti vzdělání a individuálnímu rozvoji dítěte. Rodinné prostředí, které je ve volném čase prosyceno sledováním televize, oslabuje předpoklady dětí pro četbu knížek. Přitom to, zda děti čtou a co čtou, má významný vliv na řadu dalších oblastí života dítěte, a to jak ve vzdělání a vzdělanosti, tak v životním stylu i budoucích profesních a životních vyhlídkách.

## **Závislostní chování**

Téměř vše lze využít pozitivně i negativně. A tak i tak vynikající věc, jakou jsou média, lze zneužít. Negativním vlivem médií, např. internetu může být závislost těch, kteří na něm tráví příliš mnoho času a hledají si v něm náhražku reálných vztahů. Internet může nahrazovat virtuálními kamarády reálné kamarády, neprospívající dítě se může vydávat za úspěšné, osamocené může nalézat přátelství a prožívat virtuální

dobrodružství. Internet jako virtuální realita dokáže kompenzovat mnohé a člověku s velkou fantazií dokáže zrealizovat mnohé sny.

Pokud si uživatelé dokážou uvědomovat, co je realita a co je virtuální realita, je to ještě v pořádku. Pokud však své zálibě propadnou natolik, že jim začíná unikat rozdíl a dostávají se do závislosti, nastává problém. Další negativum Internetu je šíření nežádoucích informací a stránek, které svým obsahem ovlivňují zejména nezletilé děti. Morální a duchovní hodnoty tak ustupují stále více do pozadí a tyto děti se stávají agresivnějšími.

Na klasickou závislost jsou náchylnější klasické počítačové hry, které jsou bližší automatům. Můžeme si všimnout, že některé děti sebou například nosí aspoň malé digitální hry a hrají na nich i za chůze po chodníku.

## **Podlehnutí negativnímu vlivu mediální reality**

Za nejriskantnější období je považováno období mezi desátým a patnáctým rokem věku, neboť tato skupina dětí má k dispozici nadměrné množství volného času a jeho trávení vesměs nepodléhá ničím kontrolám. Hlavní poškození přináší sledování televize v dětství, na dospívající a dospělé má také svůj účinek. Dospívající sledující často televizi a mají menší zájem o čtení a učení.

Pokud jde o účinky násilí, opakuje se v různých mutacích několik tezí a to o pozitivním vlivu a negativním vlivu zobrazovaného násilí. Pokud jde o první skupinu přístupů, zahrnují představu, že televizní násilí vede ke katarzi o tzv. uvolnění potlačených afektů a následně snížení potřeby chovat se agresivně, popřípadě ke strachu z agrese. Tyto přístupy je třeba dnes již chápat jako nepotvrzené. Negativní přístupy naproti tomu poukazují na to, že televizní násilí může vést ke zvyku a vnímání násilí jako normálního a běžného chování, tedy ke snížení citlivosti. Dále může televizní násilí fungovat jako inspirace k napodobení a násilným činům či omluva násilného jednání, může přinášet návody, jak se násilně chovat a může nabízet primitivní

skupinové či davové vzrušení. Jednotlivé vlivy mají tendenci se proplétat a vzájemně podporovat.

## **Nevhodná nabídka pořadů**

V souvislosti s celkovou společenskou liberalizací, s odmítnutím cenzury a s poklesem vlivu mravních hodnot se postupně na televizních obrazovkách objevují čím dál častěji záběry, které jsou z různých hledisek pro velkou část diváků problematické či dokonce nepřijatelné. Stále větší výhrady mají i odborníci, především psychologové, pedagogové a kriminologové, neboť se ukazuje, že televizní vysílání má skutečně značný vliv na děti a mládež, která tráví denně několik hodin sledováním televize. Děti se mohou vlivem násilí v médiích stát necitlivými k utrpení jiných, mohou se začít chovat výrazně agresivněji a mohou si navodit pocit trvalého strachu z okolního světa.

*Rodiče mnohdy ani netuší, co vlastně jejich děti sledují.*

Sledujeme-li příčiny destrukce morálních hodnot mladého člověka, můžeme vidět, že působení televize, videoprogramů a nevhodných filmů zde hraje velmi negativní roli. Velké množství drastických a morálně zhoubných situací oslabuje nervovou soustavu dětí a vede k deformacím v mnoha směrech. Násilí i prezentace negativních hrdinů je stálou součástí těchto programů. Dětská psychiatrie, studující vlivy televizního i filmového násilí na děti i na adolescenty, shledali, že mladí diváci mohou:

- Imitovat násilí, které vidí na obrazovce.
- Ztotožňovat se s některými charaktery, oběťmi nebo násilníky.
- Stát se imunní a necitliví k hrůzám násilí.
- Postupně přijmout násilí jako způsob řešení problémů.

## **Elektronická komunikace a psychika**

- Dlouhodobé používání Internetu se může projevit na psychice člověka.
- Závisí na způsobu komunikace, na tom, s kým uživatel komunikuje, jaké webové stránky vyhledává a jaké má osobní zázemí.
- Pokud ho neuspokojují reálné vztahy, existuje nebezpečí, že začne dávat přednost vztahům virtuálním.
- Závislost na Internetu je vždy pouze psychická a souvisí s tím, jak uživatel vnímá sám sebe a okolí.
- Nepřímá forma komunikace může mít negativní důsledky v osobních vztazích.
- Jedinci, kteří mají tendenci zabývat se sami sebou, mají o sobě pochybnosti a mají nízké sebehodnocení a jsou na Internetu závislí častěji.
- Patologické používání Internetu se projevuje závislostí na specifických službách, které Internet poskytuje. Kromě emailu či chatu to může být online způsob nakupování, pornografie, počítačové hry nebo stahování souborů.
- Závislý jedinec obvykle ztrácí zájem o své okolí, omezuje činnosti, které mu dřív dělaly radost, izoluje se od okolí a mnohdy se snaží svou závislost před všemi skrývat.

### **3.3 Jak moc jsme ovlivnitelní**

Můžeme říci, že na funkci masmédií velmi pozvolna navazuje jejich vliv, který je dosti významný, co se týče ovlivňování jedince. I když se výklady vlivu masových médií značně rozcházejí, od negativních po pozitivní, nejtrvalejším prvkem obecného hodnocení médií je prostá shoda, že masová média mají velký vliv (in: Mc Quail, 2002).

Kročková specifikuje pojem „vliv“ tak, že ho můžeme chápat jako proces, který se projevuje mnohými, často těžko postřehnutelnými změnami v různých oblastech psychologického života člověka, při utváření názorů, postojů, norem a hodnot, při ovlivňování kognitivní a emocionální sféry člověka. Je to proces,

při kterém se informace hromadí a umožňují poznávat určité oblasti života (in: Kročková 2000).

Masmédia také spoluutvářejí duchovní svět dítěte a jeho hodnotovou strukturu. Děti a mládež přesvědčují o své nepostradatelnosti a jedinečnosti a ve svých důsledcích tak posilují jejich identitu (in: Sborník příspěvků z 8. konference České pedagogické společnosti, Spousta, 2000).

Mnoho odborníků obrací svoji pozornost na celý mediální systém společnosti a usiluje o vysvětlení vlivu masmédií na lidi, protože různým médiím je přisuzovaná zodpovědnost za zvyšování kriminality, za snižování estetického vkusu, za morální úpadek společnosti, za potlačení tvořivosti a hodnotové orientace člověka. Z opačného pohledu připisujeme médiím to, že pomáhají odhalovat zlo, zprostředkovávají kulturu masám lidí, informují o událostech z celého světa, nabízejí zábavu ve volném čase. Uvedené obvinění vlivu masmédií na člověka často vyplývají ze zodpovědnosti za mnohé problémy společnosti i za rozvoj a výchovu člověka samotného (in: Kročková, 2000).

Při vysvětlování vlivu masmédií na mladé jedince určila Himmelweitová (in: Sborník příspěvků z 8. konference Česká pedagogická společnost, Kročková, 2000) tři druhy vlivů:

- **Bezprostřední vliv** – při tomto působí informace přímo na dítě nebo na mladého člověka, aktivizující jeho vnitřní psychické procesy, na základě kterých přijímá a zpracovává obsah informací. Bezprostřední vliv vyžaduje od jedince psychickou a sociální vybavenost, aby byl schopný výběru informací, které pro něho mají význam a aby je dokázal využít ve svůj prospěch.
- **Podvědomý vliv** – jde o uvědomělou interiorizaci prezentovaných postojů, hodnot a chování.
- **Kumulativní vliv** – jedná se o dlouhodobý vliv a souvisí s nahromaděním poznatků a informací medializovaného obsahu do určitého kontextu a je zaměřen na dosahování cílů při vzdělávání, porozumění, při orientaci apod.

Ztotožňuji se s názorem Melvina (in: Sborník příspěvků z 8. konference Česká pedagogická společnost, Kročková, 2000), že bychom měli u jedince ovlivňovat jeho

rozhodnutí při výběru, protože vliv působení specifických medializovaných obsahů na děti a mládež může mít rozmanité účinky. Nahromadění informací z masmédií a vztah k nim je určovaný také podmínkami, ve kterých se jedinec nachází. V emocionální oblasti je potřebné zabránit tomu, aby se jedinci nestali obětmi obrazu zkaženého světa a dokázali pochopit rozdíl mezi fikcí a realitou.

Kraus navíc zmiňuje a zdůrazňuje v souvislosti s médii přesycenost podněty, kterými jsou zejména děti zasahováni a doslova bombardováni všude. Uvádí, že dětský organismus reaguje na tyto podněty mnohem citlivěji a také s většími důsledky, neboť výrazně přibývá dětí s neurotickými potížemi, což do jisté míry dává do souvislosti s narůstajícím počtem hyperaktivních dětí či dětí se smyslovými poruchami. Kraus se opírá o výsledky prof. P. Strucka, který upozorňuje na to, že dlouhodobým sledováním televize, hraním počítačových her, videoher a množstvím dalších podnětů dochází k přetížení smyslů, jehož důsledkem je to, že děti zůstávají bez zájmu a zakrňují emocionálně (in: Kraus, 2000).

*Proč lidé prostě nevypnou televizi, když se na obrazovce objeví násilný pořad?*

Odpověď na tuto otázku může být následující:

- **Únik do televizního světa** - diváci sledují násilné pořady proto, že je naplňují úzkostí. Divák naváže na svou vlastní úzkost, kterou během dne prožil, a zároveň zapomene na její pravou příčinu. *„Mluvíme-li o násilném filmu a o úzkosti, která nás při jeho sledování naplňovala, mluvíme nejčastěji o svém životě s lidmi, které jej jinak ignorují (přičemž si to uvědomujeme jen zřídka, protože nám to vlastní stud nedovolí)“*, prohlásil francouzský psychiatr Serge Tisseron. Za jednu z příčin vysoké sledovanosti televizního násilí lze tedy označit i stresový charakter dnešní doby.
- **Návykovost televize a televizního násilí** - tento jev skvěle vyjádřil Jack Edelson následujícím citátem: *„To je na tom ta nejpodivnější věc. Když sleduji televizi, jsem znuděn a přitahován najednou. Nesnáším to, na co se dívám a nezajímá mě to, přesto se dívám dál.“*

Neméně podstatný vliv, který souvisí s používáním médií, je spojen s nedostatkem pohybu. Děti si hrají málo venku, ochuzují svojí osobnost jak emocionálně tak i fyzicky a mají stále větší problémy s pohybovou koordinací nebo prostorovým vnímáním. Vlivem počítačových her a videoher na zdraví jedince se zabývali například K. Nešpor a L. Csémy, kteří uvádějí velmi zajímavé informace a fakta:

- Při časté manipulaci s počítači dochází k bolestem šíje, ramen, a bolesti bederní páteře, je zatěžován zrak a mohou se vyskytovat epileptické záchvaty.
- Hraní her a sledování televize přispívá obecně k nesprávným jídelním návykům, k vynechávání jídla a k nárůstu obezity.
- Výzkumy prokázaly, že např. u dospívajících dochází vlivem her ke zhoršení kvality interpersonálních vztahů, k úzkosti v sociálních vztazích a do určité míry byl zmíněn také zhoršený školní prospěch.
- V souvislosti s nadměrným užíváním počítačů, internetu či videoher může vzniknout patologický vztah, který se může vystupňovat až k návykové a impulzivní poruše.

Nutno však na závěr dodat, že z odborného pohledu na negativní vliv masmédií se věnuje pozornost převážně rizikovým a ohroženým jedincům, ale nemůžeme opomíjet ani vliv na ostatní populaci dětí a mládeže.

### **3.4 Dílčí závěr**

Opakovaně z médií slyšíme, že televizní násilí nemá na děti vliv, protože děti dokážou rozlišit mezi skutečností a fiktivní mediální realitou. I schopnost tohoto rozlišení není mezi dětskou populací rozložena plošně a standardně, avšak televizní násilí působí i v případě rozlišení skutečnosti a televizní fikce (in: Sak, 2005).

Vliv médií, v nichž se zvyšuje nabídka násilností, lze považovat za jednoznačně nepříznivý. Navzdory rozlišení reality a symbolické formy se násilí postupně stává

součástí běžné zkušenosti a začne být považováno za normální jev (in: Vágnerová, 2004).

Televizní násilí představuje zdaleka nejsledovanější aspekt televizního působení a to jak na veřejnosti, tak v odborných člancích. Přes veškeré úsilí se však badatelé nemohou shodnout, zda existuje přímá vazba mezi násilím na obrazovce a agresivním chováním těch, kteří se na obrazovku dívají. To ovšem neznamená, že televizní násilí je zcela neškodné. Existují vědecky podložené důkazy, že televizní násilí může mít velmi zraňující vedlejší účinky, zvláště pokud se jedná o děti.

Zatímco u dospělých je vliv mediálního násilí spíše krátkodobý, u dětí zasahuje do vývoje tvořící se osobnosti. Násilné chování si dítě osvojuje od nejranějšího věku.

Vyhnálek uvádí jako kritické období mezi 6-8 rokem věku dítěte. Dítě, které si v tomto věku upevnilo násilné postoje a názory, má malou pravděpodobnost, že by je v budoucnu měnilo (in: Vyhnálek, 2005).

Samostatnou kapitolou je kreslený film. I ten dokáže děti ovlivnit, protože je zde nenásilnou formou prezentováno násilí a děti se snadno vžívají do kreslených postavíček a převádějí to, co na obrazovce viděly. Všeobecně jsou ve vzájemném kontaktu s ostatními dětmi agresivnější, než děti, které sledovaly kreslené filmy neobsahující násilí, neprojevovaly žádné změny v agresivním chování vůči ostatním dětem (in: Matoušek, Kroftová, 1998).

Měli bychom pochopit, že nestačí dítě posadit před televizní obrazovku ke sledování jejich oblíbeného kresleného seriálu, dále také zjistit, co tak upoutává pozornost našich dětí ke sledování toho zvoleného pořadu. Posadme se jednou s nimi k televizi a zhodnoťme, zda se daný pořad pro něj hodí a zda jej nějakým způsobem ovlivňuje.



## **4. Průzkum – vliv médií na rozvoj osobnosti**

V následující části mé práce se zaměřím jak na pozitivní, tak i negativní vliv médií na rozvoj osobnosti. Bude zde zaznamenán i současný postoj a názor mladého člověka k jednotlivým médiím. Zde uvedená tvrzení budou opřena o uvedené informace z dotazníků a jejich následné analýzy. Ve výzkumu jsem se zaměřil na mladší populaci, která je podle mého názoru více a snáze ovlivnitelná a zmanipulovatelná.

### **4.1 Stanovení cílů průzkumu a formy hypotéz**

#### **Cíle průzkumu**

- Hlavním cílem průzkumu diplomové práce je zjistit a analyzovat vliv médií na mladého člověka ať už se jedná o pozitivní či negativní vliv.
- Dalším cílem práce je podat přehled o postojích mladého člověka k jednotlivým médiím.
- Zjistit co vlastně mladý člověk od médií očekává a co mu poskytují.
- Pokusit se vyhodnotit zda negativní vliv médií ve formě násilí a agrese je pro mladého člověka škodlivý a nebezpečný.
- Také se pokusím zmapovat důvody vlivu médií na mladého člověka.
- Ověřit stanovené hypotézy.

#### **Hypotézy**

1. Mladý člověk se věnuje ve volném čase mediálními prostředkům.
2. Rodiče se nezajímají o trávení volného času svých dětí.
3. Negativní vliv médií je rozšířen mezi mladými lidmi ve formě násilí a agrese.

## 4.2 Metodologie a charakteristika průzkumu

V empirické části jsem se rozhodl pro realizaci kvantitativního výzkumu formou dotazníku, což je metoda standardizovaného vědeckého výzkumu. Techniku dotazníku (příloha č. 1), jsem si zvolil proto, že mi umožnila oslovit větší počet respondentů a jevila se mi jako daleko efektivnější oproti výzkumu kvalitativnímu. Pomocí této metody jsem se snažil získat informace, které by vyvrátily či potvrdily mnou stanovené hypotézy.

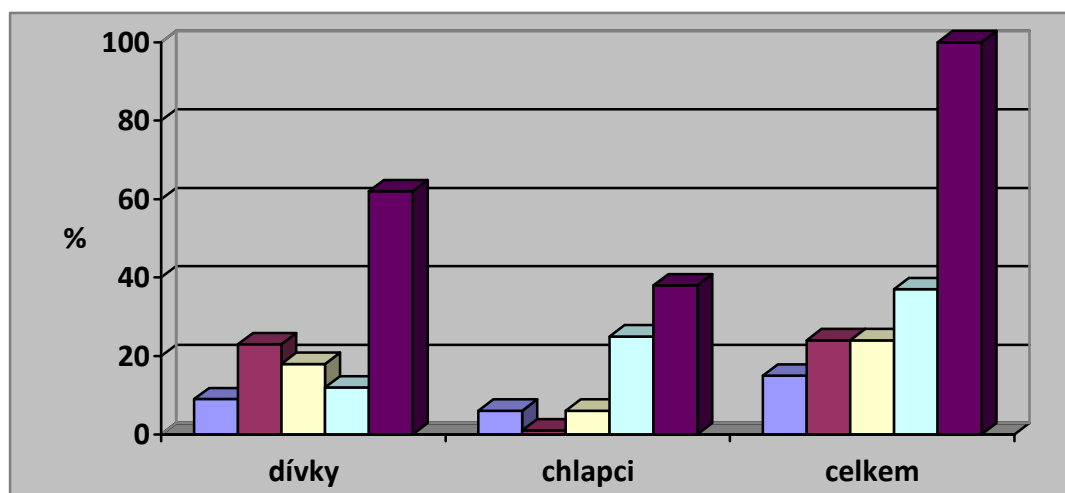
Otázky v dotazníku jsem se snažil co nejvíce zjednodušit, aby byly srozumitelné a nenáročné i pro žáky základní školy. Snahou bylo minimalizovat v dotazníku počet otázek, ale vzhledem k obsáhlosti tématu to nebylo úplně možné a tak jsem se zaměřil z mého pohledu na podstatné otázky. V dotazníku jsou zařazeny převážně otázky, kde možnost odpovědi stačí označit křížkem, tak abych minimalizoval psaní a následně vymýšlení odpovědí dotazovaných respondentů. Výsledky šetření jsou pro přehlednost zpracovány do tabulek a grafů.

Šetření jsem prováděl v na dvou školách a to na Základní škole v obci Lovčice a na Střední odborné škole zdravotní ve městě Kyjově. V obci Lovčice je nedostatek dětí, proto jsou spojeni žáci prvního stupně pouze do jedné třídy, kdy dotazník vyplňovali žáci 2, 3 a 4 třídy. U druhé školy vyplňovali dotazník studenti 2 a 4 ročníku. Dále bylo osloveno několik respondentů z blízkého okruhu spolupracovníků, známých a rodiny.

Průzkum byl zaměřen na mladší populaci lidí a zúčastnilo se ho 84 respondentů různých věkových skupin v rozmezí od 7 let až do 20 let. Z uvedeného počtu 84 dotázaných respondentů bylo 52 dívek a 32 chlapců, kteří v dotazníku odpovídali na 21 otázek. Údaje o počtu a složení respondentů jsou uvedeny v následujícím přehledu zpracovaného do tabulky a grafu.

	Dívky		Chlapci		Celkem	
ZŠ Lovčice – 1. stupeň	8	9 %	5	6 %	13	15 %
SOŠZ Kyjov – 2. ročník	19	23 %	1	1 %	20	24 %
SOŠZ Kyjov – 4. ročník	15	18 %	5	6 %	20	24 %
Ostatní	10	12 %	21	25 %	31	37 %
<b>Celkem</b>	<b>52</b>	<b>62 %</b>	<b>32</b>	<b>38 %</b>	<b>84</b>	<b>100 %</b>

■ ZŠ Lovčice - 1. st. 
 ■ SOŠZ Kyjov - 2. r. 
 ■ SOŠZ Kyjoc - 4. r. 
 ■ ostatní 
 ■ celkem



V tabulce a v grafu jsou znázorněny počty respondentů v číslech i procentech a dále jsou respondenti rozděleni do skupin podle toho, kde probíhal výzkum.

### **Celý průzkum je rozdělen do čtyř samostatných celků:**

**A** – obecná část sloužící k získání základních informací o daném respondentovi.

**B** – část, která je zaměřena na televizi jako nejpoužívanější mediální prostředek.

**C** – část zabývající se dalším nejpoužívanějším mediálním prostředkem současnosti a to počítači.

**D** – část, v níž respondent určí svůj nejoblíbenější mediální prostředek.

Velký vliv na sestavování dotazníku a formulaci otázek hrály okolnosti, které by vypovídaly o tom, co je předmětem měření a jaký může mít průzkum případné praktické využití. Mým hlavním záměrem je podat objektivní informace o vlivu médií na rozvoj osobnosti a možné následky tohoto vlivu. Z toho důvodu na sebe otázky navazují a některé otázky jsou podobné, což má zamezit, co největšímu počtu klamavých odpovědí, a tím zvýšit validitu testu.

Výzkum na základě dotazníkového šetření probíhal v měsíci únoru roku 2010. Vyhodnocení jsem provedl v následujícím měsíci. Je také třeba poděkovat nejenom ředitelům škol a pedagogům, ale hlavně žákům, studentům a všem respondentům, kteří se účastnili průzkumu za jejich vstřícnost a ochotu při realizaci výzkumného šetření a za čas, který tomu věnovali.

### **4.3 Dotazníkové šetření**

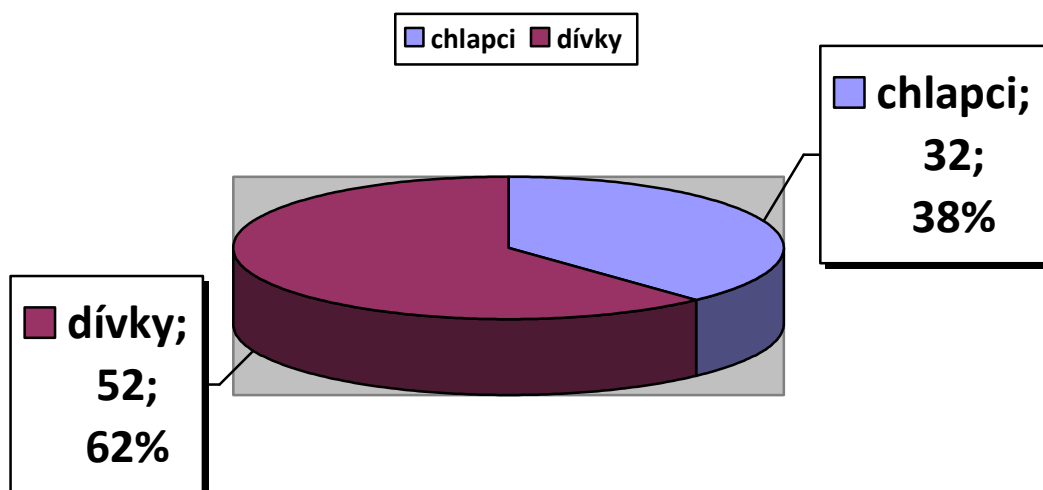
Zjištěná data z dotazníků budou vždy uvedena v tabulce a budou doplněna o procentuální vyčíslení, které bude vždy zaokrouhлено na celé číslo. U některých výsledků bude tabulku doplňovat graf pro lepší orientaci a přehlednost ve výsledcích výzkumu.

**Část A** - obecná část sloužící k získání základních informací o daném respondentovi.

**Otázka č. 1** zjišťuje daný věk respondentů.

Z uvedených dat v dotaznících byl spočítán průměrný věk všech dotázaných respondentů na 14 let.

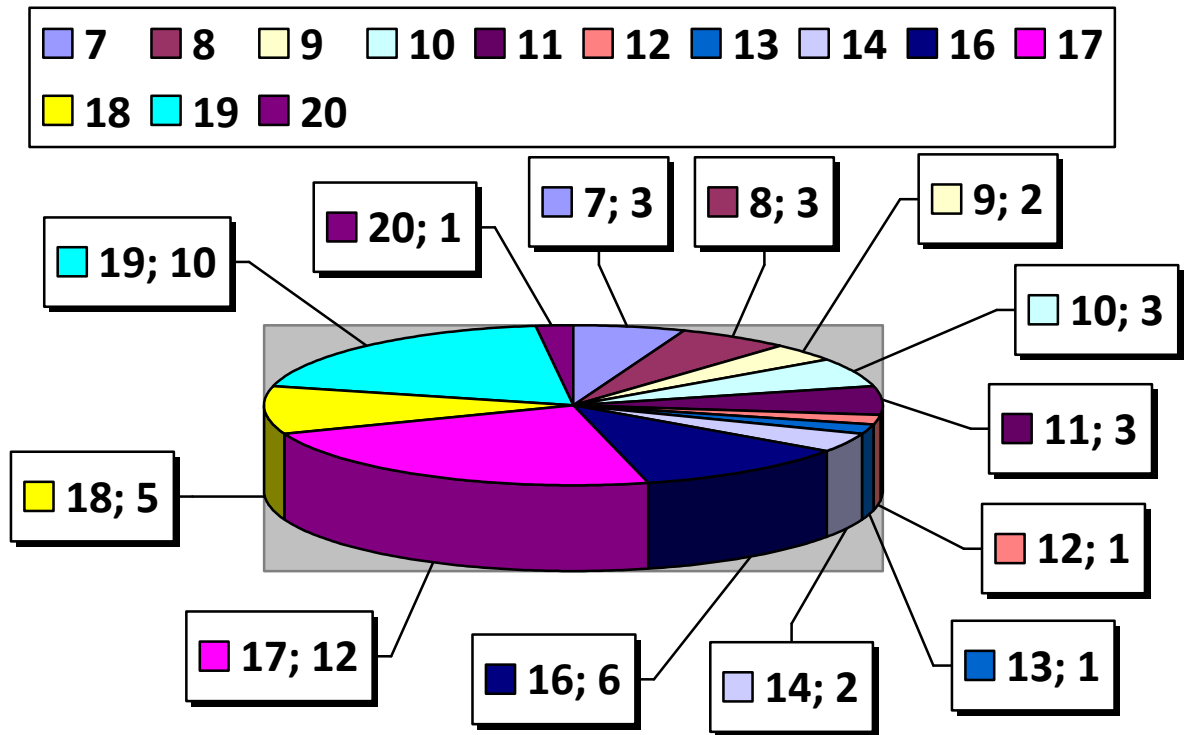
**Otázka č. 2** je zaměřena na to, zda se jedná o dívku nebo chlapce (žena / muž).



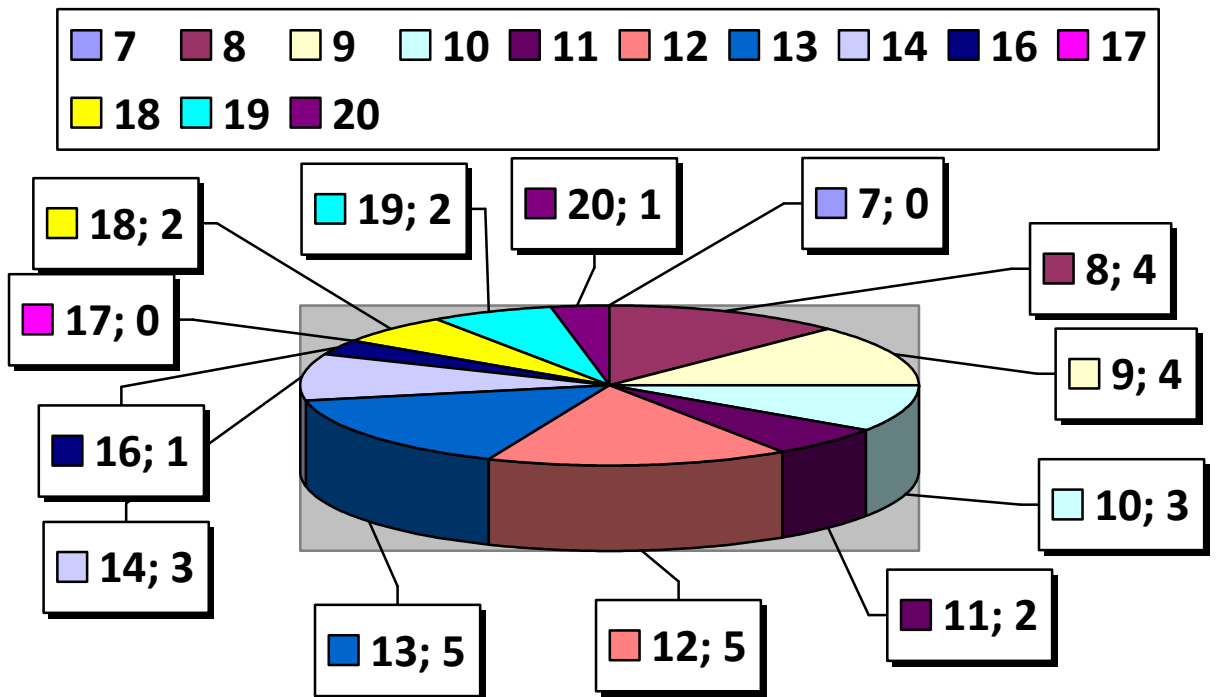
První dvě otázky z dotazníku jsou zpracovány v počtech respondentů do následující tabulky a grafů pro lepší názornost.

Věk	7	8	9	10	11	12	13	14	16	17	18	19	20
Dívky	3	3	2	3	3	1	1	2	6	12	5	10	1
Chlapci	0	4	4	3	2	5	5	3	1	0	2	2	1
<b>Celkem</b>	<b>3</b>	<b>7</b>	<b>6</b>	<b>6</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>6</b>	<b>5</b>	<b>7</b>	<b>12</b>	<b>7</b>	<b>12</b>	<b>2</b>

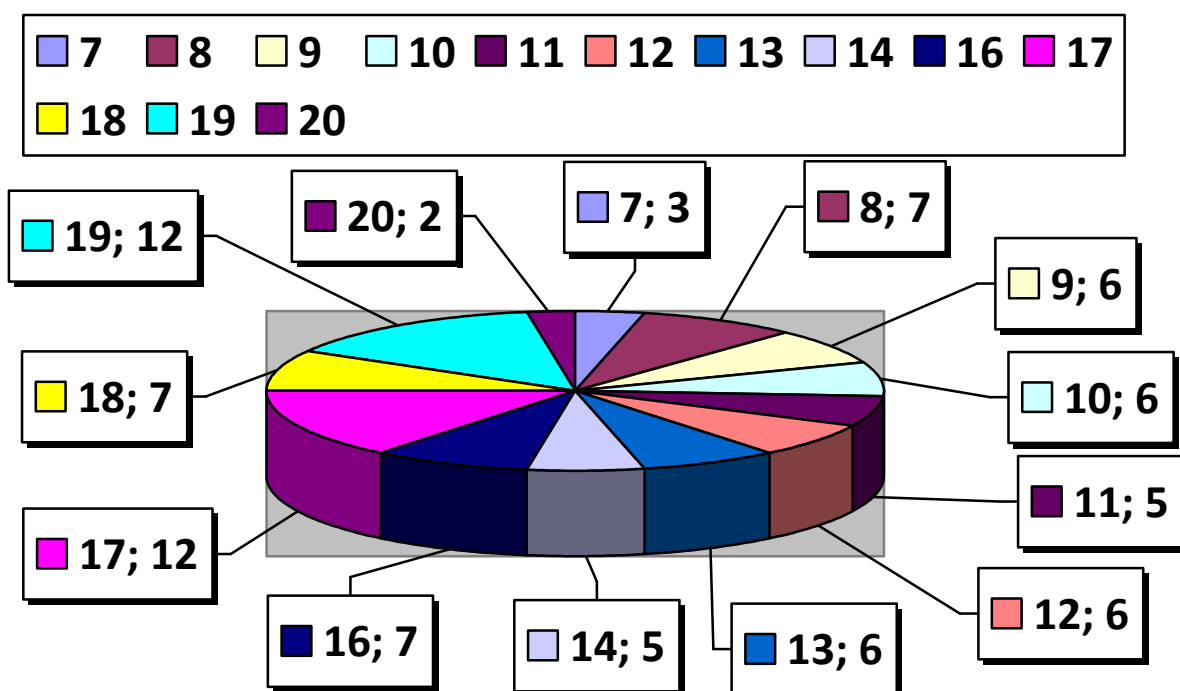
### věk - dívky



### věk - chlapci



## věk - celkem



Z výše uvedené tabulky a přiložených grafů je patrné, že z celkového počtu 84 respondentů je 52 dívek a 32 chlapců. U dívek se nejvíce respondentů nacházelo ve věku 17 let s počtem 12 dotázaných a dále 19 let s počtem 10 dotázaných. U chlapců se nejvíce respondentů nacházelo ve věku 12 a 13 let vždy s počtem 5 dotázaných. Celkově se u dívek i chlapců nacházelo nejvíce respondentů s věkem 17 a 19 let vždy s počtem 12 dotázaných.

**Otázka č. 3** se ptá respondentů, kdo tvoří jejich rodinu.

	Oba rodiče		Jeden z rodičů		Jeden z prarodičů		Někdo jiný	
Dívky	39	46 %	12	13 %	0	0 %	1	1 %
Chlapci	26	31 %	6	7 %	0	0 %	0	0 %
<b>Celkem</b>	<b>65</b>	<b>77 %</b>	<b>18</b>	<b>21 %</b>	<b>0</b>	<b>0 %</b>	<b>1</b>	<b>1 %</b>

Z tabulky je patrné, že nejvíce respondentů žije v rodině s oběma rodiči a naproti tomu žádný z dotázaných nežije v rodině s prarodiči.

**Otázka č. 4** se ptá respondentů, kolik mají sourozenců.

	Jednoho		Dva		Tři a více		Žádného	
Dívky	28	<b>33 %</b>	12	<b>13 %</b>	10	<b>12 %</b>	2	<b>2 %</b>
Chlapci	16	<b>19 %</b>	9	<b>11 %</b>	4	<b>5 %</b>	3	<b>4 %</b>
<b>Celkem</b>	<b>44</b>	<b>52 %</b>	<b>21</b>	<b>25 %</b>	<b>14</b>	<b>17 %</b>	<b>5</b>	<b>6 %</b>

Z tabulky je patrné, že nejvíce respondentů má jednoho sourozence, potom následují dva a nakonec tři a více sourozenců. Je zde i malé procento těch, kteří jsou tzv. jedináčky.

**Otázka č. 5** se ptá respondentů, jak často jsou doma sami.

	Často		Občas		Nikdy	
Dívky	5	<b>6%</b>	40	<b>48%</b>	7	<b>8%</b>
Chlapci	1	<b>1%</b>	28	<b>33%</b>	3	<b>4%</b>
<b>Celkem</b>	<b>6</b>	<b>7%</b>	<b>68</b>	<b>81%</b>	<b>10</b>	<b>12%</b>

Z tabulky je patrné, že nejvíce respondentů se občas nachází doma samo, celých 81 %, naproti tomu jenom 7 % dotázaných je často doma samo a rovných 12 % nikdy doma samo nebylo.



**Otázka č. 6** se ptá respondentů, zda se rodiče zajímají o jejich volnočasové aktivity.

	Ano		Spíše ano		Spíše ne		Ne	
Dívky	29	<b>34 %</b>	16	<b>19 %</b>	5	<b>6 %</b>	2	<b>2 %</b>
Chlapci	16	<b>19 %</b>	7	<b>8 %</b>	2	<b>2 %</b>	7	<b>8 %</b>
<b>Celkem</b>	<b>45</b>	<b>52 %</b>	<b>23</b>	<b>27 %</b>	<b>7</b>	<b>8 %</b>	<b>9</b>	<b>11 %</b>

Z tabulky je patrné, že se rodiče ve větší míře zajímají o volnočasové aktivity respondentů, ale na druhou stranu čísla u kolonky **Spíše ne** s 8 % a u kolonky **Ne** s 11 % nejsou taky zanedbatelná.

**Část B** - je zaměřena na televizi jako nejpoužívanější mediální prostředek.

**Otázka č. 7** zjišťuje, jak často respondent sleduje v týdnu televizi.

	Každý den		5–6 x týdně		3–4 x týdně		1–2 x týdně		Vůbec	
Dívky	22	<b>26 %</b>	7	<b>8 %</b>	6	<b>7 %</b>	14	<b>17 %</b>	3	<b>4 %</b>
Chlapci	16	<b>19 %</b>	2	<b>2 %</b>	4	<b>5 %</b>	7	<b>8 %</b>	3	<b>4 %</b>
<b>Celkem</b>	<b>38</b>	<b>45 %</b>	<b>9</b>	<b>11 %</b>	<b>10</b>	<b>12 %</b>	<b>21</b>	<b>25 %</b>	<b>6</b>	<b>7 %</b>

Z tabulky je patrné, že nejvíce respondentů sleduje televizi každý den, celých 45 %, dále 25 % dotázaných sleduje televizi jen 1 až 2 x týdně a 7 % dotázaných nesleduje televizi vůbec.

**Otázka č. 8** se ptá respondentů, kolik hodin denně tráví u televize.

	5 a více hodin		3 – 5 hodin		1 – 3 hodiny		Vůbec	
Dívky	0	0 %	11	13 %	38	45 %	3	4 %
Chlapci	0	0 %	5	6 %	24	29 %	3	4 %
<b>Celkem</b>	<b>0</b>	<b>0 %</b>	<b>16</b>	<b>19 %</b>	<b>62</b>	<b>74 %</b>	<b>6</b>	<b>7 %</b>

Z tabulky je patrné, že nejvíce respondentů sleduje televizi 1 až 3 hodiny denně, dále žádný z dotázaných se nedívá na televizi víc jak 5 hodin denně a 7 % dotázaných nesleduje televizi vůbec.

**Otázka č. 9** se ptá respondentů, s kým nejčastěji sledují televizi.

	Sami		S rodiči / s prarodiči		S kamarády / se sourozenci		Vůbec se nedívají	
Dívky	21	25 %	17	20 %	11	13 %	3	4 %
Chlapci	17	20 %	6	7 %	6	7 %	3	4 %
<b>Celkem</b>	<b>38</b>	<b>45 %</b>	<b>23</b>	<b>27 %</b>	<b>17</b>	<b>20 %</b>	<b>6</b>	<b>7 %</b>

Z tabulky je patrné, že nejvíce respondentů sleduje televizi samo, následují rodiče, potom kamarádi a sourozenci a 7 % dotázaných nesleduje televizi vůbec.

**Otázka č. 10** se ptá respondentů, zda jim rodiče zakazují dívat se dlouho na televizi.

	Ano		Spíše ano		Spíše ne		Ne	
Dívky	6	7 %	9	11 %	15	18 %	22	26 %
Chlapci	4	5 %	15	18 %	4	5 %	9	11 %
<b>Celkem</b>	<b>10</b>	<b>12 %</b>	<b>24</b>	<b>29 %</b>	<b>19</b>	<b>23 %</b>	<b>31</b>	<b>37 %</b>

Z tabulky je patrné, že 37 % respondentů nemá od rodičů žádné zákazy a omezení v dlouhodobém sledování televize a dalších 23 % respondentů se vyjádřilo ke kolonce **Spíše ne**. Ke kolonce **Ano** se vyjádřilo jenom 12 % dotázaných a ke kolonce **Spíše ano** 29 % dotázaných.

**Otázka č. 11** se ptá respondentů, zda jim rodiče vysvětlují nevhodnost některých pořadů.

	Ano		Spíše ano		Spíše ne		Ne	
Dívky	14	17 %	4	5 %	7	8 %	27	32 %
Chlapci	8	9 %	6	7 %	5	6 %	13	15 %
<b>Celkem</b>	<b>22</b>	<b>26 %</b>	<b>10</b>	<b>12 %</b>	<b>12</b>	<b>12 %</b>	<b>40</b>	<b>48 %</b>

Z tabulky je patrné, že 48 % respondentů neslyšelo od svých rodičů nic k nevhodnosti některých pořadů a filmů, ale naproti tomu 26 % dotázaným respondentům to rodiče vysvětlují.

**Otázka č. 12** zjišťuje od respondentů, co jim vadí v televizi.

	Smrt		Násilí		Vulgárnost		Erotika		Jiné	
Dívky	9	11%	22	26%	11	13%	4	5%	6	7%
Chlapci	5	6%	6	7%	5	6%	9	11%	7	8%
<b>Celkem</b>	<b>14</b>	<b>17%</b>	<b>28</b>	<b>33%</b>	<b>16</b>	<b>19%</b>	<b>13</b>	<b>15%</b>	<b>13</b>	<b>15%</b>

Z tabulky je patrné, že respondentům nejvíce vadí v televizi násilí, vulgárnost a smrt. V kolonce **Jiné** se respondenti nejčastěji shodli na to, že jim v televizi vadí reklama a dále politika.

**Otázka č. 13** se ptá respondentů, které pořady a filmy rádi sledují v televizi.

Tabulka - dívky

<b>Dívky</b>	<b>Ano</b>		<b>Spíše ano</b>		<b>Spíše ne</b>		<b>Ne</b>	
Komedie	46	<b>55%</b>	5	<b>6%</b>	1	<b>1%</b>	0	<b>0%</b>
Pohádky	27	<b>32%</b>	20	<b>24%</b>	5	<b>6%</b>	0	<b>0%</b>
Pořady pro děti a mládež	11	<b>13%</b>	7	<b>8%</b>	23	<b>27%</b>	11	<b>13%</b>
Soutěžní a naučné pořady	20	<b>24%</b>	12	<b>13%</b>	15	<b>18%</b>	5	<b>6%</b>
Sport či hudební pořady	18	<b>21%</b>	16	<b>19%</b>	15	<b>18%</b>	3	<b>4%</b>
Zamilované	24	<b>29%</b>	12	<b>13%</b>	8	<b>9%</b>	8	<b>9%</b>
Akční	11	<b>13%</b>	11	<b>13%</b>	21	<b>25%</b>	9	<b>11%</b>
Válečné	6	<b>7%</b>	9	<b>11%</b>	16	<b>19%</b>	21	<b>25%</b>
Horory	17	<b>20%</b>	5	<b>6%</b>	16	<b>19%</b>	14	<b>17%</b>
Reklamy	1	<b>1%</b>	5	<b>6%</b>	11	<b>13%</b>	35	<b>42%</b>
Zpravodajství	15	<b>18%</b>	19	<b>23%</b>	12	<b>13%</b>	6	<b>7%</b>

Z tabulky je patrné, že nejvíce dotázaných dívek se nejčastěji v televizi dívá na komedie, pohádky a zamilované filmy. Nezanedbatelným zjištěním je, že 18% dívek se zajímá o dění u nás i ve světě sledováním zpravodajství. Naproti tomu nejméně dívky sledují v televizi reklamy, válečné filmy a horory.

Tabulka - chlapci

<b>Chlapci</b>	<b>Ano</b>		<b>Spíše ano</b>		<b>Spíše ne</b>		<b>Ne</b>	
Komedie	26	<b>31%</b>	4	<b>5%</b>	1	<b>1%</b>	1	<b>1%</b>
Pohádky	13	<b>15%</b>	10	<b>12%</b>	9	<b>11%</b>	0	<b>0%</b>
Pořady pro děti a mládež	10	<b>12%</b>	1	<b>1%</b>	11	<b>13%</b>	10	<b>12%</b>
Soutěžní a naučné pořady	12	<b>13%</b>	10	<b>12%</b>	5	<b>6%</b>	5	<b>6%</b>
Sport či hudební pořady	18	<b>21%</b>	1	<b>1%</b>	12	<b>13%</b>	1	<b>1%</b>
Zamilované	2	<b>2%</b>	4	<b>5%</b>	12	<b>13%</b>	14	<b>17%</b>
Akční	19	<b>23%</b>	12	<b>13%</b>	1	<b>1%</b>	0	<b>0%</b>
Válečné	19	<b>23%</b>	6	<b>7%</b>	6	<b>7%</b>	1	<b>1%</b>
Horory	13	<b>15%</b>	8	<b>9%</b>	6	<b>7%</b>	5	<b>6%</b>
Reklamy	1	<b>1%</b>	5	<b>6%</b>	8	<b>9%</b>	18	<b>21%</b>
Zpravodajství	8	<b>9%</b>	11	<b>13%</b>	9	<b>11%</b>	4	<b>5%</b>

Z tabulky je patrné, že nejvíce dotázaných chlapců se nejčastěji v televizi dívá na komedie, akční a válečné filmy. Naproti tomu jenom 9 % chlapců se zajímá o dění u nás i ve světě prostřednictvím sledování zpravodajství. Nejméně chlapci sledují v televizi reklamy, zamilované filmy a pořady pro děti a mládež.

Tabulka – celkem – dívky i chlapci

<b>Dívky / Chlapci</b>	<b>Ano</b>		<b>Spíše ano</b>		<b>Spíše ne</b>		<b>Ne</b>	
Komedie	72	<b>86%</b>	9	<b>11%</b>	2	<b>2%</b>	1	<b>1%</b>
Pohádky	40	<b>48%</b>	30	<b>35%</b>	14	<b>17%</b>	0	<b>0%</b>
Pořady pro děti a mládež	21	<b>25%</b>	8	<b>9%</b>	34	<b>40%</b>	21	<b>25%</b>
Soutěžní a naučné pořady	32	<b>38%</b>	22	<b>26%</b>	20	<b>34%</b>	10	<b>12%</b>
Sport či hudební pořady	26	<b>31%</b>	17	<b>20%</b>	27	<b>32%</b>	4	<b>5%</b>
Zamilované	26	<b>31%</b>	16	<b>19%</b>	20	<b>24%</b>	22	<b>26%</b>
Akční	30	<b>35%</b>	23	<b>27%</b>	22	<b>26%</b>	9	<b>11%</b>
Válečné	25	<b>30%</b>	15	<b>18%</b>	22	<b>26%</b>	22	<b>26%</b>
Horory	30	<b>35%</b>	13	<b>15%</b>	22	<b>26%</b>	19	<b>23%</b>
Reklamy	2	<b>2%</b>	10	<b>12%</b>	19	<b>23%</b>	53	<b>63%</b>
Zpravodajství	23	<b>27%</b>	30	<b>35%</b>	21	<b>25%</b>	10	<b>12%</b>

Z tabulky je patrné, že nejvíce dotázaných respondentů nejraději v televizi sleduje komedie, pohádky, soutěžní a naučné pořady a v těsném závěsu za nimi jsou akční filmy a horory. Neradi respondenti sledují v televizi reklamy, zamilované filmy, válečné filmy a pořady pro děti a mládež.

**Část C** - zabývá se dalším nepoužívanějším mediálním prostředkem současnosti a to počítačem.

**Otázka č. 14** zjišťuje, jak často se respondent v týdnu věnuje počítači

	Každý den		5–6 x týdně		3–4 x týdně		1–2 x týdně		Vůbec	
Dívky	28	<b>33%</b>	6	<b>7%</b>	4	<b>5%</b>	10	<b>12%</b>	4	<b>5%</b>
Chlapci	15	<b>18%</b>	5	<b>6%</b>	3	<b>4%</b>	6	<b>7%</b>	3	<b>4%</b>
<b>Celkem</b>	<b>43</b>	<b>51%</b>	<b>11</b>	<b>13%</b>	<b>7</b>	<b>8%</b>	<b>16</b>	<b>19%</b>	<b>7</b>	<b>8%</b>

Z tabulky je patrné, že nejvíce respondentům se věnuje počítači každý den. Na druhém místě jsou respondenti, kteří se věnují počítači 1 až 2 x týdně a 8 % z dotázaných se počítači nevěnuje vůbec.

**Otázka č. 15** se ptá respondentů, kolik hodin denně tráví u počítače.

	5 a více hodin		3 – 5 hodin		1 – 3 hodiny		Vůbec	
Dívky	10	<b>12 %</b>	9	<b>11 %</b>	27	<b>32 %</b>	6	<b>7 %</b>
Chlapci	10	<b>12 %</b>	3	<b>4 %</b>	16	<b>19 %</b>	3	<b>4 %</b>
<b>Celkem</b>	<b>20</b>	<b>24 %</b>	<b>12</b>	<b>13 %</b>	<b>43</b>	<b>51 %</b>	<b>9</b>	<b>11 %</b>

Z tabulky je patrné, že nejvíce respondentům se věnuje počítači 1 až 3 hodiny denně. Na druhém místě jsou respondenti, kteří se věnují počítači 5 a více hodin denně a naproti tomu celých 11 % z dotázaných se počítači nevěnuje vůbec.

**Otázka č. 16** se ptá respondentů, k čemu nejčastěji používají počítač.

	Učení / práce		Hraní her		Surfování / komunikace		Filmy / muziky	
Dívky	16	<b>19 %</b>	3	<b>4 %</b>	24	<b>29 %</b>	9	<b>11 %</b>
Chlapci	11	<b>13 %</b>	8	<b>9 %</b>	9	<b>11 %</b>	4	<b>5 %</b>
<b>Celkem</b>	<b>27</b>	<b>32 %</b>	<b>11</b>	<b>13 %</b>	<b>33</b>	<b>29 %</b>	<b>13</b>	<b>15 %</b>

Z tabulky je patrné, že nejvíce respondentům používá počítač k učení a práci a následně jej užívají k surfování a komunikaci po internetu. Nejméně z dotazovaných používá počítač k hraní her.

**Otázka č. 17** se ptá respondentů, zda jim rodiče zakazují počítač.

	Ano		Spíše ano		Spíše ne		Ne	
Dívky	5	<b>6 %</b>	7	<b>8 %</b>	18	<b>21 %</b>	22	<b>26 %</b>
Chlapci	4	<b>5 %</b>	9	<b>11 %</b>	10	<b>12 %</b>	9	<b>11 %</b>
<b>Celkem</b>	<b>9</b>	<b>11 %</b>	<b>16</b>	<b>19 %</b>	<b>28</b>	<b>33 %</b>	<b>31</b>	<b>37 %</b>

Z tabulky je patrné, že 37 % respondentům rodiče vůbec nezakazují počítač a k tomu u 33 % **Spíše ne**. Jenom 11 % dotazovaných respondentů uvedlo, že jim rodiče zakazují a omezují používat počítač.



**Otázka č. 18** se ptá respondentů, zda jim rodiče vysvětlují, že některé hry a webové stránky jsou pro ně nevhodné.

	Ano		Spíše ano		Spíše ne		Ne	
Dívky	13	<b>15 %</b>	4	<b>5 %</b>	6	<b>7 %</b>	29	<b>34 %</b>
Chlapci	13	<b>15 %</b>	1	<b>1 %</b>	2	<b>2 %</b>	16	<b>19 %</b>
<b>Celkem</b>	<b>26</b>	<b>31 %</b>	<b>5</b>	<b>6 %</b>	<b>8</b>	<b>9 %</b>	<b>45</b>	<b>52 %</b>

Z tabulky je patrné, že 52 % respondentům rodiče vůbec nevysvětlují nevhodnost některých her a webových stránek, ale naproti tomu 31 % respondentům toto rodiče vysvětlují.

**Otázka č. 19** se ptá respondentů, jak vnímají počítač.

	Odreagování a zábava		Zdroj nových informací		Nástroj k hraní her		Pracovní pomůcka	
Dívky	20	<b>24 %</b>	21	<b>25 %</b>	2	<b>2 %</b>	9	<b>11 %</b>
Chlapci	12	<b>13 %</b>	9	<b>11 %</b>	8	<b>9 %</b>	3	<b>4 %</b>
<b>Celkem</b>	<b>32</b>	<b>38 %</b>	<b>30</b>	<b>35 %</b>	<b>10</b>	<b>12 %</b>	<b>12</b>	<b>13 %</b>

Z tabulky je patrné, že 38 % respondentů vnímá počítač jako prostředek k odreagování se a zábavě. Dalších 35 % dotazovaných vnímá počítač jako zdroj nových informací a jenom 12 % ho bere jako nástroj k hraní her.

**Otázka č. 20** se ptá respondentů, které počítačové hry rádi hrají.

Tabulky - dívky

<b>Dívky</b>	<b>Ano</b>		<b>Spíše ano</b>		<b>Spíše ne</b>		<b>Ne</b>	
Akční	6	<b>7%</b>	3	<b>4%</b>	4	<b>5%</b>	39	<b>46%</b>
Bojové	5	<b>6%</b>	5	<b>6%</b>	2	<b>2%</b>	40	<b>48%</b>
Brutální	4	<b>5%</b>	6	<b>7%</b>	5	<b>6%</b>	37	<b>44%</b>
Střílečky	7	<b>8%</b>	5	<b>6%</b>	5	<b>6%</b>	35	<b>42%</b>
Sportovní	22	<b>26%</b>	4	<b>5%</b>	5	<b>6%</b>	21	<b>25%</b>
Logické	20	<b>24%</b>	13	<b>15%</b>	3	<b>4%</b>	16	<b>19%</b>
Karetní	24	<b>29%</b>	7	<b>8%</b>	1	<b>1%</b>	20	<b>24%</b>
Erotické	3	<b>4%</b>	0	<b>0%</b>	3	<b>4%</b>	46	<b>55%</b>
Jiné	1	<b>1%</b>	1	<b>1%</b>	0	<b>0%</b>	1	<b>1%</b>

Z tabulky je patrné, že dívky na počítači hrají nejvíce her karetních, sportovních a logických. Naopak nejméně hrají her erotických, bojových a akčních. U kolonky **Jiné** dívky uvedly hry závodní.

Tabulka - chlapci

<b>Chlapci</b>	<b>Ano</b>		<b>Spíše ano</b>		<b>Spíše ne</b>		<b>Ne</b>	
Akční	13	<b>15%</b>	3	<b>4%</b>	1	<b>1%</b>	15	<b>18%</b>
Bojové	12	<b>13%</b>	0	<b>0%</b>	4	<b>5%</b>	16	<b>19%</b>
Brutální	7	<b>8%</b>	4	<b>5%</b>	1	<b>1%</b>	20	<b>24%</b>
Střílečky	13	<b>15%</b>	7	<b>8%</b>	1	<b>1%</b>	11	<b>13%</b>
Sportovní	16	<b>19%</b>	3	<b>4%</b>	3	<b>4%</b>	10	<b>12%</b>
Logické	10	<b>12%</b>	7	<b>8%</b>	2	<b>2%</b>	13	<b>15%</b>
Karetní	5	<b>6%</b>	3	<b>4%</b>	3	<b>4%</b>	21	<b>25%</b>
Erotické	1	<b>1%</b>	0	<b>0%</b>	4	<b>5%</b>	27	<b>32%</b>
Jiné	3	<b>4%</b>	0	<b>0%</b>	0	<b>0%</b>	3	<b>4%</b>

Z tabulky je patrné, že chlapci na počítači hrají nejvíce her sportovních, akčních, střílečky, bojových a logických. Naopak nejméně hrají her erotických, jiných, karetních a brutálních. U kolonky **Jiné** hry chlapci shodně uvedli, tak jako děvčata hry závodní a dále je rozšířili o hry strategické.

Tabulka – celkem – dívky / chlapci

<b>Dívky / Chlapci</b>	<b>Ano</b>		<b>Spíše ano</b>		<b>Spíše ne</b>		<b>Ne</b>	
Akční	19	<b>23%</b>	6	<b>7%</b>	5	<b>6%</b>	57	<b>68%</b>
Bojové	17	<b>20%</b>	5	<b>6%</b>	6	<b>7%</b>	56	<b>67%</b>
Brutální	11	<b>13%</b>	10	<b>12%</b>	6	<b>7%</b>	57	<b>68%</b>
Střílečky	20	<b>24%</b>	12	<b>13%</b>	6	<b>7%</b>	46	<b>55%</b>
Sportovní	38	<b>45%</b>	7	<b>8%</b>	8	<b>9%</b>	31	<b>37%</b>
Logické	30	<b>35%</b>	20	<b>24%</b>	5	<b>6%</b>	29	<b>34%</b>
Karetní	29	<b>34%</b>	10	<b>12%</b>	4	<b>5%</b>	41	<b>49%</b>
Erotické	4	<b>5%</b>	0	<b>0%</b>	7	<b>8%</b>	73	<b>87%</b>
Jiné	4	<b>5%</b>	1	<b>1%</b>	0	<b>0%</b>	4	<b>5%</b>

Z tabulky je patrné, že oslovení respondenti na počítači hrají nejvíce her sportovních, logických, karetních a střílečky. Naopak nejméně hrají her erotických, jiných, brutálních, akčních a bojových.

**Část D** – se dotazuje oslovených respondentů na výběr nejpoužívanějšího a dá se říct i nejoblíbenějšího média.

**Otázka č. 21** se ptá respondentů, kterému médiu dávají přednost

Tabulka - dívky

<b>Dívky</b>	<b>Ano</b>		<b>Spíše ano</b>		<b>Spíše ne</b>		<b>Ne</b>	
Televize	18	<b>21%</b>	22	<b>26%</b>	9	<b>11%</b>	3	<b>4%</b>
DVD / video	24	<b>29%</b>	23	<b>27%</b>	5	<b>6%</b>	0	<b>0%</b>
Rádio / CD	23	<b>27%</b>	19	<b>23%</b>	8	<b>9%</b>	2	<b>2%</b>
Počítač	34	<b>40%</b>	9	<b>11%</b>	7	<b>8%</b>	2	<b>2%</b>
Mobilní telefon	40	<b>48%</b>	1	<b>1%</b>	8	<b>9%</b>	3	<b>4%</b>
Jiné	2	<b>2%</b>	0	<b>0%</b>	2	<b>2%</b>	1	<b>1%</b>

Z tabulky je patrné, že dívky dávají největší přednost mobilnímu telefonu, počítači a DVD přehrávači před ostatními médii. U kolonky **Jiné** dívky uvedly MP3 a MP4 přehrávače.

Tabulky - chlapci

<b>Chlapci</b>	<b>Ano</b>		<b>Spíše ano</b>		<b>Spíše ne</b>		<b>Ne</b>	
Televize	11	<b>13%</b>	15	<b>18%</b>	5	<b>6%</b>	1	<b>1%</b>
DVD / video	15	<b>18%</b>	12	<b>13%</b>	5	<b>6%</b>	0	<b>0%</b>
Rádio / CD	10	<b>12%</b>	16	<b>19%</b>	2	<b>2%</b>	4	<b>5%</b>
Počítač	24	<b>29%</b>	7	<b>8%</b>	1	<b>1%</b>	0	<b>0%</b>
Mobilní telefon	19	<b>23%</b>	8	<b>9%</b>	4	<b>5%</b>	1	<b>1%</b>
Jiné	2	<b>2%</b>	0	<b>0%</b>	0	<b>0%</b>	0	<b>0%</b>

Z tabulky je patrné, že chlapci dávají největší přednost počítači, mobilnímu telefonu a DVD přehrávači před ostatními médii. U kolonky **Jiné** chlapci shodně uvedly MP3 a MP4 přehrávače

Tabulka – celkem – dívky / chlapci

<b>Dívky / Chlapci</b>	<b>Ano</b>		<b>Spíše ano</b>		<b>Spíše ne</b>		<b>Ne</b>	
Televize	29	<b>34%</b>	37	<b>44%</b>	14	<b>17%</b>	4	<b>5%</b>
DVD / video	39	<b>46%</b>	35	<b>42%</b>	10	<b>12%</b>	0	<b>0%</b>
Rádio / CD	33	<b>39%</b>	35	<b>42%</b>	10	<b>12%</b>	6	<b>7%</b>
Počítač	58	<b>69%</b>	16	<b>19%</b>	8	<b>9%</b>	2	<b>2%</b>
Mobilní telefon	59	<b>70%</b>	9	<b>11%</b>	12	<b>13%</b>	4	<b>5%</b>
Jiné	4	<b>5%</b>	0	<b>0%</b>	2	<b>2%</b>	1	<b>1%</b>

Z tabulky je patrné, že respondenti dávají největší přednost mobilnímu telefonu, počítači a DVD přehrávači před ostatními médii.

#### **4.4 Analýza dat a ověření hypotéz**

Z uvedeného průzkumu dotazníkovým šetřením vyplývá několik důležitých informací a zajímavých dat:

- 77 % respondentů žije v rodině s oběma rodiči,
- 52 % respondentů má jen jednoho sourozence,

- 81 % respondentů je doma občas samo,
- 52 % respondentů uvedlo, že se rodiče zajímají o jejich volnočasové aktivity a 11 % respondentů uvedlo, že ne,
- 45 % respondentů uvedlo, že sleduje televizi každý den,
- 74 % respondentů uvedlo, že u televize denně tráví 1 až 3 hodiny,
- 45 % respondentů uvedlo, že televizi sleduje samo a s rodiči sleduje televizi dalších 27 % respondentů,
- 12 % respondentů uvedlo, že jim rodiče zakazují sledovat televizi, ale naproti tomu 37 % respondentů uvedlo, že jim to rodiče nezakazují,
- 48 % respondentů uvedlo, že jim rodiče vůbec nevysvětlují nevhodnost některých pořadů a filmů, ale naproti tomu jen 26 % rodičů to svým dětem vysvětluje,
- 33 % respondentů uvedlo, že jim v televizi nejvíce vadí násilí, 19 % dotázaných vadí vulgárnost, 17 % smrt, 15 % erotika a 15 % respondentům vadí reklamy společně s politikou,
- 86 % respondentů uvedlo, že se rádi dívají na komedie, 48 % na pohádky, 38 % na soutěžní a naučné pořady a naproti tomu jen 2 % respondentů se rádo dívá na reklamy,
- 51 % respondentů uvedlo, že počítač používá každý den,
- 51 % respondentů uvedlo, že na počítači tráví 1 až 3 hodiny denně a 24 % respondentů tráví u počítače 5 a více hodin denně,
- 32 % respondentů uvedlo, že počítač používá k práci a učení a 29 % k surfování a komunikaci po internetu,
- 37 % respondentů uvedlo, že jim rodiče nezakazují počítač a jen 11 %, že ano
- 52 % respondentů uvedlo, že jim rodiče vůbec nevysvětlují nevhodnost některých her a webových stránek a 31 % respondentům to rodiče vysvětlují,

- 38 % respondentů bere počítač jako zábavu a odreagování se a 35 % jako zdroj nových informací,
- 45 % respondentů hraje na počítači sportovní hry, 35 % logické, 34 % karetní, 24 % střílečky, 23 % akční, 20 % bojové a 13 % brutální,
- 70 % dotázaných respondentů dává přednost mobilnímu telefonu před ostatními médii, 69 % počítači, 46 % DVD přehrávači, 39 % rádiu a 34 % televizi.

## Hypotézy

1. Mladý člověk se věnuje ve volném čase mediálním prostředkům.

### *Hypotéza potvrzena.*

*Z výsledků průzkumu vyplývá, že 45 % dotázaných respondentů sleduje televizi každý den, 11 % 5 až 6 x týdně, 12 % 3 až 4 x týdně a jenom 7 % nesleduje televizi vůbec. Dále je zde 51 % dotázaných respondentů, kteří se věnují denně počítači, 13 % 5 až 6 x týdně, 8 % 3 až 4 x týdně a jenom 8 % se nevěnuje počítači vůbec.*

2. Rodiče se nezajímají o trávení volného času svých dětí.

### *Hypotéza nepotvrzena.*

*Z výsledků průzkumu vyplývá, že u 52 % dotázaných respondentů se rodiče zajímají o jejich volnočasové aktivity, dále 27 % z nich uvedlo, že se spíše zajímají a jen 11 % uvedlo, že se rodiče nezajímají o to, co dělají ve volném čase.*



3. Negativní vliv médií je rozšířen mezi mladými lidmi ve formě násilí a agrese.

#### ***Hypotéza nepotvrzena***

*Z výsledků průzkumu vyplývá, že 33 % dotázaných respondentů nemá v televizi rádo násilí, 19 % vulgárnosti a 17 % smrt. Jenom 35 % respondentů se dívá na akční filmy, 35 % na horory a 30 % na válečné filmy. Dále bylo respondenty uvedeno, že 24 % z nich hraje rádo střílečky, 23 % akční hry, 20 % bojové hry a jenom 13 % hraje rádo brutální hry.*

*Z výše uvedených procentuálních vyčíslení je patrné, že se nejedná o velké počty respondentů, kteří by měli zálibu v násilí a agresivitě, jak při sledování televizních pořadů, tak při hraní počítačových her. Samozřejmě je zapotřebí tyto čísla brát v úvahu a zajímat se o to, aby v budoucnu nerostla, ale spíše klesla.*

## **4.5 Dílčí závěr**

Z výsledků průzkumu vyplývají zajímavá zjištění, které mohou být promítnuty do různých oblastí našeho života. Je zřejmé, že počítač, televize a jiné mediální prostředky mladému člověku nic nenařizují, ale umožní mu bezmyšlenkový pocit duševního nicnedělání. A právě v tomto spatřuji jedno z nebezpečí dnešního mediálního působení na děti a mládež.

Není možné jednoznačně určit, jestli jsou média pro mladého člověka škodlivá či naopak. Poskytují nám spoustu potřebných informací a nejenže nás vzdělávají, ale ony nás i baví. To jsou jistě kladné rysy mediálního působení na mladého člověka, ale bohužel jsou tu i ty negativní stránky mediálního vlivu.

## Závěr

Ve své práci jsem věnoval pozornost vlivu médií na rozvoj osobnosti. Je to problematika aktuální a často diskutovaná ve spojitosti s mírou dopadu na psychický a sociální vývoj mladého člověka. Začínají se prosazovat snahy a to zejména ve školském prostředí o poučení dětí o adekvátním využití médií. Média, jako sociální instituce, se podílejí na utváření podob a hodnot moderní doby, což je třeba si uvědomit.

Řešením je změna v přístupu mladého člověka k médiím. Toho lze dosáhnout výchovou, ať už ve škole nebo v rodině. Přičemž však platí, že rodina má v procesu získávání postojů a hodnot prvořadý význam. Při poskytování určitých morálních základů by se rodina měla dohodnout na jednotném dodržování určitých opatření, které dětem mohou pomoci orientovat se a vytvořit si adekvátní názory odpovídající skutečnost. Rodiče by se měli podílet na organizaci volného času dětí, rozvíjet u nich jejich zájmové činnosti, společně s nimi trávit volné chvíle, zajímat se o nabídku aktivit školy a prohlubovat vzájemnou komunikaci, ale také omezit sledování nevhodných filmů a pořadů. Větší nebezpečí než sledování násilí v televizi představuje hraní počítačových her a videoher. Zde je třeba postupovat obdobně, nikoli přes zákazy, ale k vysvětlení i jiných možností, jak lze kreativně a zábavně využít počítač či jiné médium.

Východiskem tak zůstává apelovat na rodiče i pedagogy, aby správně usměrňovali děti při formování jejich vztahu k televizi a médiím vůbec, a to i osobním příkladem. V dané souvislosti by cílem do budoucna mělo být i oslovení těch, kteří spoluvytvářejí mediální svět a nejenom na obrazovce, aby se nezajímali jen o to, jaké finanční zisky jim vysílané pořady přinesou, ale i o to, jaký vliv budou mít na diváka, zejména na toho dětského. Média by rozhodně měla mít pro děti a mládež úlohu dobrého sluhy a nikoli špatného pána.

Z výše uvedeného je zřejmé, že není možné svalit všechnu vinu za zmanipulovanou veřejnost na média a zlobit se na ně za to, jak se chovají.

Také nechci z médií udělat obětního beránka, který nám ztěžuje správnou výchovu dětí. Konec konců, média jsme vynalezli my dospělí a my je rovněž ovládáme. Většinu televizních programů vyrábějí lidé, kteří jsou sami rovněž rodiči. Totéž platí o webových stránkách. Televize neohrožuje pouze naše děti, ale ohrožuje i nás dospělé. Média mají vliv, protože odrážejí některé naše kolektivní hodnoty. Konflikt vzniká z důvodu, že chceme dětem všítit i jiné, hlubší hodnoty. Problém však není někde mimo nás, v médiích, ale v nitru každého z nás. Určitá řešení musíme hledat na rovině společnosti jako celku. S vlivem, který mají elektronická zařízení na naše děti, se ale musíme vyrovnat především v rámci rodiny (Doherty, 2006, s. 123).

Lidé místo sportování a jiných aktivit pojídají dobroty a sledují televizi. Samozřejmě, že televize přinesla i mnoho pozitivního. Zvýšila přehled lidí o světovém dění, zavedla je na místa, kam se většina z nich možná nikdy nepodívá a doprovázela každou významnou událost od dob jejího vzniku. Díky médiím a hlavně televizi jsme mohli sledovat úspěchy i katastrofy, které lidstvo postihlo. Televize je prostě součástí našeho života a to jak nás ovlivní, záleží jen a jen na nás. Kdo si dokáže vybrat z více informačních zdrojů a spoléhá na svůj úsudek a ne na krásně naservírované úsudky jiných, ten může televizi a ostatní mediální prostředky chápat jako prostředek zábavy a příjemného rozptýlení. Vliv televize a dalších mediálních prostředků je tedy individuální záležitostí.

## Resumé

Diplomová práce je rozdělena na několik částí a v první z nich se zabývám masovými médii, jejich charakteristikou, rozdělením a funkcemi. Je zde uveden i stručný popis jednotlivých médií s krátkou historií.

V navazující části se zabývám vlivem médií na rozvoj osobnosti jako takovým a také vlivem médií na mladého člověka v určitých etapách života. Také se zde snažím vystihnout, jak moc jsme ovlivňováni médii.

V následující části se zabývám, jak pozitivním, tak i negativním vlivem médií na mladého člověka. Je zde položena otázka, jak moc jsme, či nejme ovlivnitelní. Celou diplomovou prací se prolíná problematika vlivu médií na rozvoj osobnosti.

Součástí diplomové práce je průzkum, který je uveden v závěrečné části. Tento průzkum byl uskutečněn za pomoci dotazníkového šetření, které objasňuje a doplňuje uvedená data a potvrzuje, nebo vyvrací stanovené hypotézy. Průzkum byl zaměřen na mladší populaci lidí, od kterých byl zjišťován jejich postoj a vztah k mediálním prostředkům. Pozornost je také soustředěna i na zájem rodičů o volnočasové aktivity jejich dětí.

## **Anotace**

Diplomová práce popisuje vliv médií na rozvoj osobnosti. Popisuje jak pozitivní vliv, tak i negativní vliv médií na mladého člověka. Analyzuje oba dva zmiňované vlivy médií na mladého člověka a zjišťuje, jaké mohou mít dané vlivy následky. Srovnává teoretická východiska s výsledky provedeného průzkumu.

## **Klíčová slova**

Média, televize, vliv, násilí, vývoj, děti, mediální výchova.

## **Anotation**

This graduation thesis is describing an influence of mass media on human personality. The graduation thesis describes either positive or negative influence of mass media on young people. Analyzing the both mentioned approaching telling us what effects could be caused. The graduation thesis compared theoretical bases with performed researching.

## **Keywords**

Media, television, violence, development, children, medial education.

## Seznam použité literatury

- BLAŽEK, B.: *Tváří v tvář obrazovce*. Praha: Sociologické nakladatelství, 1995.  
ISBN 80-85850-11-7
- BURTON, G.: *Úvod do studia médií*. Praha: Barrister & Principal, 2003.  
ISBN 80-85947-67-6
- DOHERTY, W., J.: *Kdo koho vychovává*. Praha: Návrat domů, 2006.  
ISBN 80-7255-138-8
- HELUS, Z.: *Dítě v osobnostním pojetí*. Praha: Portál 2004. ISBN 80-7178-888-0
- HELUS, Z.: *Sociální psychologie pro pedagogy*. Havlíčkův Brod: Grada, 2007.  
ISBN 978-80-247-1168-3
- JIRÁK, J., KÖPPLOVÁ, B.: *Média a společnost*. Praha: Portál, 2003.  
ISBN 80-7178-697-7
- KRAUS, B., POLÁČKOVÁ, V.: *K otázkám sociální pedagogiky – Člověk, prostředí, výchova*. Brno: Paido, 2001. ISBN 80-7315-004-2
- KUNCZIK, M.: *Základy masové komunikace*. Praha 1995. ISBN 80-7184-134-X.
- MAŇÁK, J.: *Nárys didaktiky*. Brno, 1991.
- MATOUŠEK, O., KROFTOVÁ, A.: *Mládež a delikvence*. Praha: Portál, 2003.  
ISBN 80-7178-771-X
- McQUAIL, D.: *Úvod do teorie masové komunikace*. Praha: Portál, 2002.  
ISBN 80-7178-714-0
- POETHE, P.: *Dítě v ohrožení*. Praha: G+G, 1999.
- REICHLIN, G., WINKLER, C.: *Výchova dětí 1000 +1 rada pro každou situaci*. Praha: Computer Press, 2007. ISBN 978-80-251-1638-8
- ŘÍČAN, P.: *Agresivita a šikana mezi dětmi*. Praha: Portál, 1995. ISBN 80-7178-049-9

- ŘÍČAN, P.: *Krotíme obrazovku*. Praha: Portál, 1995. ISBN 80-7178-084-7
- SAK, P. a kol.: *Člověk a vzdělání v informační společnosti*. Praha: Portál, 2007.  
ISBN 978-80-7367-230-0
- SAK, P.: *Mládež na křižovatce*. Praha: Svoboda servis, 2004. ISBN 80-86320-33-2
- SAK, P.: *Proměny české mládeže*. Praha: Petrklíč, 2000. ISBN 80-7229-042-8
- SLAMĚNÍK, I., VÝROST, J.: *Aplikovaná sociální psychologie I. – Člověk a sociální  
Instituce*. Praha: Portál, 1998. ISBN 80-7178-269-6
- ŠEĐOVÁ, K.: *Kvalitní výzkum v pedagogických vědách*. Praha: Portál, 2006.
- VÁGNEROVÁ, M.: *Psychologie problémového dítěte školního věku*. Praha:  
Karolinum, 2004. ISBN 80-7184-488-8
- VÁGNEROVÁ, M.: *Vývojová psychologie*. Praha: Portál, 2000. ISBN 80-7178-308-0
- VÁGNEROVÁ, M.: *Základy psychologie*. Praha: Karolinum, 2004.  
ISBN 80-246-0841-3
- NEŠPOR, K., CSĚMY, L.: *Zdravotní rizika videoher* [online].  
Dostupné z WWW: <http://www.vesmir.cz/clanek.php3?CID=7333>
- VYHNÁLEK, J.: *Vliv násilí v médiích na vývoj dětí*, Časopis Rodina a škola [online].  
Dostupné z WWW: <http://www.rodina.cz/scripts/fulltext/>
- Zdravotní rizika počítačových her a videoher.*  
Dostupné z WWW: <http://www.cepros.cz/rodice/nazory-odborniku/zdravotni-rizika-pocitacovych-her-a-videoher.html>
- SAK, P.: *Seminář Média a násilí - Mediální násilí - nahodilost či logický důsledek  
stavu společnosti*. [online]. [cit. 2005-05-07]  
Dostupné z WWW: [http://www.insoma.cz/index.php?id=1&n=1&d\\_1=paper&d\\_2](http://www.insoma.cz/index.php?id=1&n=1&d_1=paper&d_2)
- FUČEK, M.: *Negativní vlivy Internetu a možnosti závislosti na něm* [online].  
Dostupné z WWW: <http://www.ekamarad.cz/ezin/clanek/3466/>

FUČEK, M.: *Internet versus televize a počítačové hry* [online].  
Dostupné z WWW: <http://www.ekamarad.cz/ezin/clanek/3465/>

Růžička, P. *Závislost na počítačích očima odborníka* [online]. [cit. 2001-03-01]  
Dostupné z WWW: <http://www.aktip.cz/cs/publikace/z-tisku/zavislost-na-pocitacich-ocima-odbornika.html>

VYBÍRAL, M.: Učitelství č. 1/2007-2008, str. 15-16, ročník XV, 27.8.2007.

VYHNÁLEK, J.: *Vliv násilí v médiích na vývoj dítěte*. Časopis Rodina, 23.6.2005.

Sborník příspěvků z 8. konference ČPdS – Výchova a práva dítěte na prahu tisíciletí.  
Brno: 2000.

DOSTÁL, L.: *Dítě a televize*. Časopis Rodina, 29.9.2003.

NAVRÁTILOVÁ, K.: *Děti a televize I*. Časopis Moje dítě, 2005.

<http://www.radia.cz>

<http://www.ceskénoviny.cz>

<http://www.britskelisty.cz>

<http://www.pocitacove-zavislosti.webzdarma.cz>



## **Seznam příloh**

**Příloha č. 1:** Dotazník

**Příloha č. 2:** Trávení volného času u počítače - tabulka

**Příloha č. 3:** Možnosti rodičovského působení - text

## **Příloha č. 1: Dotazník**

*Do rukou se Vám dostává dotazník, který bude po vyhodnocení součástí mé diplomové práce na téma: Vliv médií na rozvoj osobnosti.*

*Jedná se o anonymní dotazník, kde není nutné uvádět své jméno a ani jej podepisovat. Byl bych rád, kdybyste mi pravdivě odpověděli na následující otázky. Svoji odpověď prosím označte křížkem nebo postupujte podle instrukcí uvedených u dané otázky. U některých otázek můžete napsat svoji odpověď samostatně.*

*Děkuji za spolupráci.*

### **Část A**

**1. Věk :** .....

**2. Pohlaví:**

- Muž
- Žena

**3. Žijete v rodině:**

- s oběma rodiči
- jen s jedním (matka/otec)
- jen s prarodiči (babička/dědeček)
- s někým jiným

**4. Kolik máte sourozenců:**

- jednoho
- dva
- tři a více

**5. Jste doma sami:**

- často
- občas
- nikdy

**6. Zajímají se rodiče o to, co děláte ve volném čase:**

- ano
- spíše ano
- spíše ne
- ne

**Část B**

**7. Jak často sledujete v týdnu televizi:**

- každý den
- 5 - 6 x týdně
- 3 - 4 x týdně
- 1 - 2 x týdně
- vůbec

**8. Kolik hodin denně trávíte u televize:**

- 5 a více hodin
- 3 - 5 hodin
- 1 - 3 hodiny
- vůbec

**9. Na televizi se nejčastěji díváte:**

- sám / sama
- s rodiči / s prarodiči
- s kamarády / se sourozenci
- vůbec se nedívám

**10. Zakazují Vám rodiče dívat se dlouho na televizi:**

- ano
- spíše ano
- spíše ne
- ne

**11. Vysvětlují Vám rodiče, že některé filmy a pořady jsou pro Vás nevhodné:**

- ano
- spíše ano
- spíše ne
- ne

**12. Co Vám vadí v televizi:**

- smrt
- násilí
- vulgárnost
- erotika
- jiné (uved'te příklad) .....

**13. Které pořady, filmy nebo seriály rádi sledujete v televizi:**

*U následujících otázek vyberte odpověď zakroužkováním čísla vyjadřující odpověď:*

*1 - ano                      2 - spíše ano                      3 - spíše ne                      4 - ne*

Komédie	1	2	3	4
Pohádky	1	2	3	4
Pořady pro děti a mládež	1	2	3	4
Soutěžní a naučné pořady	1	2	3	4
Sportovní nebo hudební pořady	1	2	3	4
Zamilované	1	2	3	4
Akční	1	2	3	4
Válečné	1	2	3	4
Horory	1	2	3	4
Reklamy	1	2	3	4
Zpravodajství	1	2	3	4

## Část C

### 14. Jak často se v týdnu věnujete počítači:

- každý den
- 5 - 6 x týdně
- 3 - 4 x týdně
- 1 - 2 x týdně
- vůbec

### 15. Kolik hodin denně trávíte u počítače:

- 5 a více hodin denně
- 3 - 5 hodin denně
- 1 - 3 hodiny denně
- nemám počítač

### 16. Počítač nejčastěji používáte:

- k učení / k práci
- k hraní her
- k surfování nebo komunikaci po internetu
- k pouštění filmů nebo muziky

### 17. Zakazují Vám rodiče počítač:

- ano
- spíše ano
- spíše ne
- ne

### 18. Vysvětlují Vám rodiče, že některé hry a webové stránky jsou pro Vás nevhodné:

- ano
- spíše ano
- spíše ne
- ne

### 19. Počítač vnímáte jako:

- odreagování a zábavu
- zdroj nových informací
- nástroj k hraní her
- pracovní pomůcku

### 20. Jaké počítačové hry rádi hrajete:

*U následujících otázek vyber odpověď zakroužkováním čísla vyjadřující odpověď:*

*1- ano            2 - spíše ano            3 - spíše ne            4 - ne*

Akční	1	2	3	4
Bojové	1	2	3	4
Brutální	1	2	3	4
Střílečky	1	2	3	4
Sportovní	1	2	3	4
Logické	1	2	3	4
Karetní	1	2	3	4
Erotické	1	2	3	4
Jiné ( <i>uved'te příklad</i> ) .....	1	2	3	4

## Část D

### 21. Kterému médiu dáváte přednost:

*U následujících otázek vyber odpověď zakroužkováním čísla vyjadřující odpověď:*

*1- ano            2 - spíše ano            3 - spíše ne            4 - ne*

Televize	1	2	3	4
DVD přehrávač / Video	1	2	3	4
Rádio / CD a kazetový přehrávač	1	2	3	4
Počítač a jiné hrací zařízení	1	2	3	4
Mobilní telefon	1	2	3	4
Jiné ( <i>uved'te příklad</i> ) .....	1	2	3	4

**Příloha č. 2: Trávení volného času u počítače**

<b>Věk</b>	<b>Doba u počítače</b>	<b>Chatování</b>	<b>Počítačové hry (samostatně)</b>	<b>Počítač v dětském pokoji</b>	<b>Surfování po internetu</b>
<b>4–6 let</b>	20 až 30 minut denně	Ne	Ne	Ne	Ne
<b>6–10 let</b>	45 minut denně	od 8 let (ale jen pod dohledem)	od 8 let (ale jen pod dohledem)	Ne	od 8 let (ale jen dětské stránky)
<b>11–13 let</b>	1 hodina denně	Ano (ale s omezeným přístupem)	Od 12 let (ale s ujednanými podmínkami)	Od 12 let (za daných podmínek, např. zákaz užívání v noci)	Od 12 let (ale s omezeným přístupem)
<b>Od 14 let</b>	1,5 hodinu denně	Ano (ale s ujednanými podmínkami)	Ano	Ano	Ano

Převzato: <http://www.ahaonline.cz/cz/zajimavosti/24010/dite-u-pocitace:-kolik-hodinu-neuskodi?/> (10.3.2008) Autor: Mudr. Karel Novák.

### **Příloha č. 3: Možnosti rodičovského působení**

- 1.** Rozhodněte, co je přijatelné - jaký obsah programu a jaká délka času stráveného u počítače nebo televize. Do tohoto rozhodování zapojte i své dítě.
- 2.** Vypínejte televizi během jídla, místo toho si raději s dětmi povídejte. Neplatí, že u jídla se nemluví, protože v dnešní uspěchané době bývá doba jídla jedním z mála okamžiků, kdy má rodina na sebe čas.
- 3.** Pokud dětem zakoupíte vzdělávací program na CD nebo DVD, pak takový, který bude úměrný věku dítěte a který bude pro vaše děti snadno ovladatelný a zábavný.
- 4.** Sledujte televizi se svými dětmi, kdykoliv je to možné, abyste jim v případě potřeby mohli vysvětlit jejich dotazy. Pořady a hry někdy obsahují násilí, sexuální chování nebo narážky týkající se rasy nebo pohlaví, takže je vhodné vaše dodatečné vysvětlení.
- 5.** Pamatujte si, že malé děti neumí rozlišit mezi předstíráním a fantazií, co vidí na obrazovce, je pro ně skutečné.
- 6.** Nepodceňujte riziko možného poškození zdraví, které je způsobené dlouhodobým vysedáváním u počítače nebo televize.



7. Mnoho odborníků již bije na poplach, protože i počítačové násilné hry mají vliv na odolnost dětí proti násilí.
8. Mějte na paměti, že vysedáváním před televizí je potlačována tvořivost dětí. Televizní pořady a počítačové hry nahrazují dětem okamžité představy, místo toho, aby děti používaly vlastní představivost. Také to snižuje možnost dětí naučit se praktickým dovednostem a získávání vlastních zkušeností.
9. Zkuste dítěti spíše nabídnout „čas klidu“, kdy si může hrát ve svém pokoji, místo toho, abyste ho posadili před televizi, když vy sami potřebujete „pauzu“.
10. Uvědomte si, že přemíra času u televize může dítěti ukrást čas na fyzickou aktivitu a může se z něho stát televizní „povaleč“.
11. Umístěte televizor a monitor, tak abyste na ně viděli.
12. Na druhou stranu může být počítač užitečným nástrojem, zejména pro děti, které mají problémy s tradičními studijními metodami.
13. Uvědomte si, že televize, video i elektronické hry nám všem mohou poskytnout příležitost relaxovat, zabavit se nebo prostě jen „vypnout“, pokud se však používají s rozvahou a umírněně.

Převzato: REICHLIN, G., WINKLER, C.: Výchova dětí 1000+1 rada pro každou situaci. Brno, 2007.