

Média a děti

Marcela Pišková

Bakalářská práce
2011



Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně
Fakulta humanitních studií

Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně
Fakulta humanitních studií
Ústav pedagogických věd
akademický rok: 2010/2011

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: **Marcela PLŠKOVÁ, DiS.**
Osobní číslo: **H07521**
Studijní program: **B 7507 Specializace v pedagogice**
Studijní obor: **Sociální pedagogika**

Téma práce: **Média a děti**

Zásady pro vypracování:

Studium odborné literatury.
Příprava metodiky výzkumné části.
Realizace kvantitativního výzkumu formou písemného dotazníku.
Zpracování získaných dat, včetně jejich interpretace.

Rozsah bakalářské práce:

Rozsah příloh:

Forma zpracování bakalářské práce: **tištěná/elektronická**

Seznam odborné literatury:

BLAŽEK, B. Tvář v tvář obrazovce. Vydání první. :Sociologické nakladatelství Praha, 1995. 199 s. ISBN 80-58850-11-7

JIRÁK, J., KOPPLOVÁ, B. Média a společnost. 1. vyd. Praha : Portál, 2003. 208 s. ISBN 80-7178-697-7

MUSIL, J. Komunikace v informační společnosti. Vydání I. : Univerzita Jana Amose Komenského Praha, 2007. 144 s. ISBN 978-80-86723-39-6

VÁGNEROVÁ, M. VALENTOVÁ, L. Psychický vývoj dítěte a jeho variabilita. Praha : Karolinum, 1991. 114 s. ISBN 80-7066-384-7

VYBÍRAL, Z. Psychologie lidské komunikace. 1. vyd. Praha : Portál, 2000. 299 s. ISBN 80-7178-291-2

Vedoucí bakalářské práce:

Mgr. Eva Šalenová

Ústav pedagogických věd

Datum zadání bakalářské práce:

25. ledna 2011

Termín odevzdání bakalářské práce:

6. května 2011

Ve Zlíně dne 25. ledna 2011



prof. PhDr. Vlastimil Švec, CSc.
děkan



Mgr. Soňa Vávrová, Ph.D.
ředitelka ústavu

PROHLÁŠENÍ AUTORA BAKALÁŘSKÉ PRÁCE


Beru na vědomí, že

- odevzdáním bakalářské práce souhlasím se zveřejněním své práce podle zákona č. 111/1998 Sb. o vysokých školách a o změně a doplnění dalších zákonů (zákon o vysokých školách), ve znění pozdějších právních předpisů, bez ohledu na výsledek obhajoby¹⁾;
- beru na vědomí, že bakalářská práce bude uložena v elektronické podobě v univerzitním informačním systému dostupná k nahlédnutí;
- na moji bakalářskou práci se plně vztahuje zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) ve znění pozdějších právních předpisů, zejm. § 35 odst. 3²⁾;
- podle § 60³⁾ odst. 1 autorského zákona má UTB ve Zlíně právo na uzavření licenční smlouvy o užití školního díla v rozsahu § 12 odst. 4 autorského zákona;
- podle § 60³⁾ odst. 2 a 3 mohu užít své dílo – bakalářskou práci - nebo poskytnout licenci k jejímu využití jen s předchozím písemným souhlasem Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně, která je oprávněna v takovém případě ode mne požadovat přiměřený příspěvek na úhradu nákladů, které byly Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně na vytvoření díla vynaloženy (až do jejich skutečné výše);
- pokud bylo k vypracování bakalářské práce využito softwaru poskytnutého Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně nebo jinými subjekty pouze ke studijním a výzkumným účelům (tj. k nekomerčnímu využití), nelze výsledky bakalářské práce využít ke komerčním účelům.

Prohlašuji, že

- elektronická a tištěná verze bakalářské práce jsou totožné;
- na bakalářské práci jsem pracoval samostatně a použitou literaturu jsem citoval. V případě publikace výsledků budu uveden jako spoluautor.

Ve Zlíně 12. 4. 2011


.....

¹⁾ zákon č. 111/1998 Sb. o vysokých školách a o změně a doplnění dalších zákonů (zákon o vysokých školách), ve znění pozdějších právních předpisů, § 47b Zveřejňování závěrečných prací;

²⁾ Vysoká škola může zveřejňovat disertační, diplomové, bakalářské a rigorózní práce, u kterých proběhla obhajoba, včetně posudků oponentů a výsledků obhajoby, prostřednictvím databáze vědeckých prací, kterou spravuje. Způsob zveřejnění stanoví vnitřní předpis vysoké školy.

(2) *Disertační, diplomové, bakalářské a rigorózní práce odevzdané uchazečem k obhajobě musí být iž nejméně pět pracovních dnů před konáním obhajoby zveřejněny k nahlížení veřejnosti v místě určeném vnitřním předpisem vysoké školy nebo není-li tak určeno, v místě pracoviště vysoké školy, kde se má konat obhajoba práce. Každý si může ze zveřejněné práce pořizovat na své náklady výpisy, opisy nebo rozmnoženiny.*

(3) *Platí, že odevzdáním práce autor souhlasí se zveřejněním své práce podle tohoto zákona, bez ohledu na výsledek obhajoby.*

2) *zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) ve znění pozdějších právních předpisů, § 35 odst. 3:*

(3) *Do práva autorského také nezasahuje škola nebo školské či vzdělávací zařízení, užije-li nikoli za účelem přímého nebo nepřímého hospodářského nebo obchodního prospěchu k výuce nebo k vlastní potřebě dílo vytvořené žákem nebo studentem ke splnění školních nebo studijních povinností vyplývajících z jeho právního vztahu ke škole nebo školskému či vzdělávacího zařízení (školní dílo).*

3) *zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) ve znění pozdějších právních předpisů, § 60 Školní dílo:*

(1) *Škola nebo školské či vzdělávací zařízení mají za obvyklých podmínek právo na uzavření licenční smlouvy o užití školního díla (§ 35 odst.*

3). *Odpirá-li autor takového díla udělit svolení bez vážného důvodu, mohou se tyto osoby domáhat nahrazení chybějícího projevu jeho vůle u soudu. Ustanovení § 35 odst. 3 zůstává nedotčeno.*

(2) *Není-li sjednáno jinak, může autor školního díla své dílo užit či poskytnout jinému licenci, není-li to v rozporu s oprávněnými zájmy školy nebo školského či vzdělávacího zařízení.*

(3) *Škola nebo školské či vzdělávací zařízení jsou oprávněny požadovat, aby jim autor školního díla z výdělku jim dosaženého v souvislosti s užitím díla či poskytnutím licence podle odstavce 2 přiměřeně přispěl na úhradu nákladů, které na vytvoření díla vynaložily, a to podle okolností až do jejich skutečné výše; přitom se přihlédne k výši výdělku dosaženého školou nebo školským či vzdělávacím zařízením z užití školního díla podle odstavce 1.*

ABSTRAKT

Práce pojednává o médiích a jejich vlivu na děti. Otázka médií je dnes velmi aktuální. Jednotlivá média jsou popsána. Dále jsem popsala vliv na jejich osobnost v období puberty. Pozornost je věnována počítači, internetu, reklamě a volnému času. V praktické části jsem užila metodu dotazníkem, který mapuje vybrané dvě základní školy. Zkoumá kolik času tráví děti u televize, internetu, oblíbené pořady, proč sledují televizi a jestli se věnují četbě.

Klíčová slova: média, účinky médií, vliv televize, televizní násilí, komunikace, masová komunikace, puberta, volný čas

ABSTRACT

My thesis treat of media and its influence on children. The topic of media is highly actual. Particular media are described. I have also wrote about the effect of media on adolescent person. I have paid the attention to computers, internet, advertisement and leisure time. The method of questionnaire in centrain primary schools is used in the practical part of the thesis. It examines how much time children spend watching television, the Internet, favorite shows, favorite web addresses, why watt TV and if she enjoys reading.

Keywords: media, effects of media, influence of television, televisual violence, communication, mass communication, adolescence, leisure time

Motto

„Moje děti samozřejmě budou mít počítač. Ale nejdříve dostanou knihy.“

Bill Gates

Poděkování

Děkuji Mgr. Evě Šalenové za odborné vedení práce, cenné rady a připomínky při psaní mé bakalářské práce. Děkuji taky všem blízkým, kteří mě při studiu podporovali.

Prohlašuji, že odevzdaná verze bakalářské/diplomové práce a verze elektronická nahraná do IS/STAG jsou totožné.

OBSAH

ÚVOD	10
I TEORETICKÁ ČÁST	11
1 VYMEZENÍ POJMU KOMUNIKACE, MASOVÁ KOMUNIKACE, MASOVÁ KULTURA , MÉDIA A MASOVÉ KOMUNIKAČNÍ PROSTŘEDKY	12
1.1 KOMUNIKACE.....	12
1.2 MASOVÁ KOMUNIKACE.....	12
1.3 MASOVÁ KULTURA.....	13
1.4 MÉDIA	14
1.5 MASOVÉ KOMUNIKAČNÍ PROSTŘEDKY	15
1.5.1 Funkce médií	15
1.5.2 Tisk.....	15
1.5.3 Film	16
1.5.4 Rozhlas	16
1.5.5 Televize	16
2 VLIV TELEVIZE A INTERNETU NA DĚTI	18
2.1 NÁSILÍ NA OBRAZOVCE	18
2.2 TELEVIZE NE PRO DĚTI, ALE S DĚTMI.....	19
2.2.1 Reklama.....	20
2.3 DĚTI, POČÍTAČE A INTERNET	22
2.3.1 Internet	23
3 CHARAKTERISTIKA VÝVOJOVÉ ETAPY DÍTĚTE	25
3.1 PUBERTA.....	25
3.2 ZÁJMOVÁ ČINNOST.....	26
3.2.1 Volný čas a média	27
II PRAKTICKÁ ČÁST	30
4 CHARAKTERISTIKA VÝZKUMU	31
4.1 CÍL VÝZKUMU	31
4.2 VÝZKUMNÉ OTÁZKY	31
4.3 POUŽITÁ VÝZKUMNÁ METODA	31
4.4 VÝZKUMNÝ VZOREK.....	32
4.5 PRŮBĚH VÝZKUMNÉHO ŠETŘENÍ.....	33
5 VYHODNOCENÍ DOTAZNÍKU	34
5.1 ANALÝZA VÝZKUMU.....	34
5.2 ZÁVĚREČNÉ SHRNUÍ VÝSLEDKŮ VÝZKUMU.....	45
ZÁVĚR	48

SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY.....	49
SEZNAM TABULEK.....	51
SEZNAM PŘÍLOH.....	52

ÚVOD

Žijeme ve světě médií a mediální komunikace patří do našich životů, denně s nimi přijdeme do styku. Slouží k výměně informací, získávání poznatků, obohacování se různými prožitky. Do médií jsou vkládány naděje a zároveň se obáváme moci médií, která je způsobena tím, že média se podílejí na socializaci jednotlivce, slouží k šíření norem hodnot společnosti. Mají schopnost oslovit obrovské množství lidí, a toho se řada lidí děsí.

Je obtížné zjistit účinky médií a prokázat je, ale neznamená to, že média žádný účinek nemají. Předpokládá se, že média přímo nebo nepřímo ovlivňují příjemce, a to jejich představy, postoje, přesvědčení, hodnoty a chování. Ovlivňují to, jak lidé nahlíží na sebe, na společnost a okolní svět. Všeobecně se věří, že média mají ohromnou moc, a to je způsobeno tím, že média si jsou vědoma, jak zajišťovat a řídit sociální komunikaci, mají vliv na své publikum.

Mediální komunikace, což je četba novin, rozhlas, televize a internet se stala neodmyslitelnou součástí života člověka dnešní moderní společnosti. Celkový vliv mediální komunikace určitě nezůstává bez následků a ovlivnění, které se projevuje změněným pohledem na svět. Měli bychom si být vědomi toho, co na nás působí a v jaké míře, a pokud víme, že toto působení zvláště na děti není nejideálnější, měli bychom také vědět, jak tento vliv omezit či eliminovat. Dospělému člověku v tom pomáhá vzdělání a zkušenosti. Dítěti musí pomoci najít správný vztah zejména k televizi rodiče, škola a okolí vůbec.

Moje práce je rozdělena do tří kapitol, ve kterých se věnuji pojmům jako komunikace, masové komunikační prostředky. Dále se věnuji pojmům vlivu televize na děti, děti a počítač. V praktické části se zabývám výzkumem, který jsem provedla u dětí v období puberty, kterým jsem se snažila zjistit, kolik času tráví u televize a internetu, které pořady se jim líbí, proč tráví čas u televize a zda děti čtou.

I. TEORETICKÁ ČÁST

1 VYMEZENÍ POJMU KOMUNIKACE, MASOVÁ KOMUNIKACE, MASOVÁ KULTURA, MÉDIA A MASOVÉ KOMUNIKAČNÍ PROSTŘEDKY

1.1 KOMUNIKACE

Význam a důležitost komunikace pro život lidí nelze nikdy dostatečně ocenit. Bez komunikace nemůže žádná společnost existovat, natož pak vyvíjet se nebo přežívat. Jak pro existenci, tak pro organizaci každé společnosti je komunikace základním a životně důležitým procesem, neboť každá společná akce individuů je založena významech, které poté, co byly přeneseny prostřednictvím komunikace, jsou společně sdíleny. Komunikace je sdílení a setkání významů. Každá komunikace mezi dvěma jedinci nese riziko, že při ní dojde ke zkreslení významů. Podle Jiráka (2003) je ověřené, že většině lidí se při slově komunikace vybaví sdělovací prostředky, zatímco komunikace je spíše proces, kdy lidé sdílejí své pocity, nápady a myšlenky. Komunikaci rozlišujeme jako komunikaci verbální a komunikaci neverbální. Například řeč těla je jednou z forem neverbální komunikace. Řeč těla se objevuje všude, kde je obraz člověka, takže by bylo možno nalézt souvislosti s televizí, výtvarným uměním a jinými aspekty neverbální komunikace, jako je například pláč, ticho nebo bubnování (Jiráka, 2003).

1.2 MASOVÁ KOMUNIKACE

Jak uvádí Kunczik (1995) přestože počátky masové komunikace je zřejmé hledat tam, kde se vznikem verbální i neverbální komunikace vznikla potřeba předat sdělení více příjemcům, prostorově anebo časově vzdáleným, za počátek období rozmachu masové komunikace bývá považován začátek 20. století, kde získal vývoj velmi rychlý spád a v stávající době je stále ve svém zrychlení. Do popředí se začala tlačit tehdy progresivní média, masově distribuované do všech koutů světa. Prvním masově distribuovaným médiem byl tisk, následovat telegraf, rozhlas a médium, které se 100% prosadilo na trhu a stalo se fenoménem 20. století – televize, která získala všechny atributy moderního masového prostředku komunikace. V období 1. světové války významně vzrostl význam sdělovacích prostředků. Tyto v rukou úzké skupiny mohou sloužit jako nástroj k ovlivnění velkého počtu lidí,

k propagandě. S rozvojem psychologie a sociologie ve 20. letech se začaly objevovat nové teoretické poznatky, docházelo k rozšíření výzkumných metod (Kunczik, 1995).

Masovou komunikaci Musil (2005) charakterizuje těmito rysy:

- Původce i příjemce sdělení je množina lidí. Původcem bývá organizovaná množina lidí, např. redakce, televizní štáb apod. Příjemci jsou množina neorganizovaná, ale i u ní se může projevit určitá organizovanost, např. publikum, posluchači apod.
- Další specifický rys je její veřejný charakter, tzn. Dostupnost každému potenciálnímu zájemci
- Trvalé rozdělení rolí původce a příjemce sdělení. Sdělení postupuje od původce k příjemci.
- Původce a příjemce sdělení nejsou v přímém bezprostředním kontaktu. Je mezi nimi vzdálenost prostorová nebo časová.
- Příjemce může být sám, nebo to může být skupina, která přijímá sdělení společně. Přítomnost ostatních může ovlivnit zpracování sdělení, může dojít také k výměně názorů nebo sledování reakcí.

Cíle masové komunikace se neliší od obecné komunikace, tedy informovat, přesvědčit nebo pobavit. Tyto funkce se liší podle charakteru média. Některé je orientováno hlavně na zábavu (rozhlasové stanice, televizní show), jiné výhradně na informace (vědecký časopis, zpravodajství). Výsledkem jejich sdělení je vliv na veřejnost, a to hlavně vliv na jejich názory a postoje. Mohou působit názorově (např. šokující informace) nebo dlouhodobě (např. opakující se reklamy)

1.3 MASOVÁ KULTURA

Je charakterizována jako zvláštní typ kultury přístupné, dostupné a určené co nejširšímu okruhu lidí bez rozdílů pohlaví, věku, vzdělání, národnosti, politického a náboženského přesvědčení. Jsou to např. tisícové série jednoho modelu oblečení, který nosí lidé na celém světě, film, který shlédne milióny diváků. Znaky masové kultury jsou masovost a standardizace (Jiráček, 2003).

Teoretikové se v podstatě na faktech souvisejících s masovou kulturou shodují, ale interpretace těchto faktů a posuzování jejich důsledků jsou odlišné. Problémem se stává kulturní úroveň masové kultury. Její kritici dokazují, že aby byla skutečně masovou, tedy srozumitelnou všem společným vrstvám, lidem s různým vzděláním, různými kulturními zájmy, musí respektovat nižší úroveň vzdělanosti příjemců. To může mít negativní dopady na vývoj člověka jako osobnosti. Obhájci masové kultury oponují, že i méně náročnou cestou je možné lidem zprostředkovat náročnější díla, že si lidé sami vyberou, co se jim líbí. Masová kultura je podle nich určena masám, proto musí respektovat vkus většiny, ne několika jednotlivců.

1.4 MÉDIA

„Pojem médium byl odvozen z latinského médium, tj. prostředí, střed a obecně pod pojem médium zahrnujeme jakoukoli skutečnost, která nám zprostředkovává jinou skutečnost, v procesu přenosu informací mezi dvěma subjekty funguje médium doslova jako prostředník, přenašeč, který zprostředkovává informaci určitému příjemci či skupině příjemců. Jinými slovy řečeno, médium je specifická forma transferu informací. Obecně lze jakýkoli komunikační prostředek prohlásit médiem“ (Petříková, Štěpánek, 1998, s. 11). Dnes je médium často označováno jako masově sdělovací prostředek, často také zkráceně jako masmédiu.

Obecně lze vymezit různé kategorie médií podle toho, jaký typ společenských vztahů mají vytvářet nebo podporovat a jakou roli plní co se týká společenské instituce (Jirák, Kopplová, 2003).

- **Interpersonální média** – které můžeme označit jako média podporující vztahy mezi lidmi, umožňují dialog mezi lidmi. Mezi tyto média patří například zprávy SMS, chat na internetu, facebook, e-mail.
- **Masová média** – mezi tyto média řadíme noviny, tisk, knihy, časopisy, rozhlas, televize. Tato média oslovují velký počet lidí, jak uvádí Spousta (1996) tady dialog ani zpětnovazebný efekt nevzniká

1.5 MASOVÉ KOMUNIKAČNÍ PROSTŘEDKY

1.5.1 Funkce médií

Je zřejmé, že první a nejpodstatnější funkcí médií je šíření informací. Tyto informace jsou sbírány pozorováním okolního světa, tříděny a komentovány. Poznatky o funkcích médií vypadá takto:

- a) Působení na veřejnost - prezentace nových poznatků
 - přinášení podnětů umožňující jednat a chovat se novým způsobem
 - b) Prezentace názorů - vytváření vlastního mínění
 - c) Vzdělávání - rozšíření obzoru
 - d) Zábava - relaxace
 - způsob trávení volného času
 - e) Estetika - velkou část masové kultury tvoří různé druhy umění
- (Defleuer, 1996)

1.5.2 Tisk

Tisk je nejstarším prostředkem masové komunikace. Podle Krause (1991) tištěná média mají dlouhou tradici, jednolistých prohlášení a rozsáhle šířených krátkých polemik. V roce 1609 ve Štrasburku vyšly první tištěné noviny – týdeník Relation. Noviny, časopisy, ilustrované časopisy se vyvíjely pomalu, v průběhu více než tří století a již tedy dlouho patří do oblasti politického života kulturních dějin. Šířily dlouhou dobu především myšlenky o osobní svobodě, o právech rolníků a občanů, tedy to, co se později stalo představováním a osvětlováním demokracie. Funkcí tisku je zpravodajství a komentáře zpráv. Do tisku řadíme noviny, časopisy, knihy. Tisk je technicky nejméně náročný ze strany původce a i ze strany příjemce. Jednou z výhod tisku oproti působení televize je, že ho můžeme číst v kteroukoliv denní dobu, umožňuje nám zamyslet se nad přečteným, či se k tomu později vrátit a zvláště nám umožňuje uchovávat informace po dlouhou dobu, což má význam hlavně u odborných časopisů a knih. Jak uvádí McLuhan (1991) tisk je skupinovou konfesní formou, která umožňuje účast společenství. Může události „zabarvit“ tím, že je použije

nebo že je nepoužije vůbec. Právě každodenní komunální expozice mnoha položek v juxtapozici dává tisku komplexní dimenzi zajímavosti. Vynález tisku byl nesporně významnou událostí v dějinách. Měl mnohostranný účinek, i když masovým prostředkem se hned nestal. Časopisům a novinám bývá často vytýkáno jejich rychlé stárnutí. O stálé informace nemá nikdo zájem, každého zajímají jenom novinky. Velmi rozšířená je i literatura. Existuje řada nejrůznějších druhů literatury. Od té, která bývá označována za krásnou až po tu levnou, brakovou.

1.5.3 Film

Film je zboží vyžadující reklamu a přímo financováno svými diváky. Je založen na optickém pohybovém významu. Je určen široké vrstvě veřejnosti. Jeho příznivci jsou považováni za zvlášť charakteristickou kategorii masové společnosti. Velký rozmach a dostupnost televize způsobil to, že filmaři hledají stále nové metody jak diváka zaujmout. Avšak v některých případech to zašlo až tak daleko, že násilí a hrůza se staly zejména dětským divákům škodlivým.

1.5.4 Rozhlas

Znakem rozhlasu je snadný a nekomplikovaný příjem. Rozhlas je podstatně starší než televize, i když po jejím příchodu ustoupil do pozadí, ale ve společnosti si udržuje stále nové místo. Je to dáno zejména rychlostí, operativností a v neposlední řadě také tím, že poslech není náročný na takovou pozornost jako audiovizuální média. Výrazovými prostředky jsou mluvené slovo, hudba a jiné zvukové projevy. Rozhlas nám umožňuje dovědět se, co nám například přináší tisk, mít přehled o informacích aktuálních domácích i světových zprávách, nebo o kulturním dění. Rozhlas je nejjednodušší možností předání zprávy na jakémkoliv místě, kde se člověk nachází, i přes přísně střežené politické hranice (Kraus, 1991).

1.5.5 Televize

Společenský vliv televize je větší než u rozhlasu, nebo tisku a zároveň vyžaduje větší soustředěnost. Televize má pozitivní, ale i negativní stránky. Pozitivní je přenášení informací okamžitě. Dále člověka informuje o světě, který ho obklopuje, a přitom využívá živé slovo a zvuk. Z negativního hlediska je televize označována jako náhražkový svět. Svět, který vytváří umělou realitu vytvářející pocit, že je vše dovoleno, že vše co potřebujeme, máme

doma na obrazovce. Ohrožuje postoje a chování nejen nejmladší generace. Divák se často stává objektem manipulace (vnucování reklamy, vnucování prožitků...). Televize se v současné době drží na prvním místě a silně vytlačuje ostatní prostředky masové komunikace. Díky televizi divák vstupuje do obrovského množství umělých světů a vytváří si vlastní prostor pro svoji roli. Dále se divák stává objektem manipulace (vnucování reklamy, prožitků). Vše tohle je většinou omlouváno svobodou výběru. Také je tady vliv prosazování ekonomicky výhodných, nikoli kvalitních programů, program je určen televizním nekusem, kvalitní pořady se objevují spíše výjimečně. Televize není umění, ale kulturní průmysl, to však diváka nezajímá. Chce si pouze odpočinout, informovat se a trochu se zasmát. „Poslech rozhlasu i sledování televize jsou silně ovlivněny dosaženým vzděláním. S růstem vzdělání klesá sledování obou médií“ (Sak, 2007, s.140).

Rodiče nemají dnes už tolik času na svoje děti, a proto je často raději posadí k televizi. Takové děti se často nazývají kulturně znevýhodněné. „Tyto děti nacházíme nejenom v chudinských čtvrtích, nýbrž stále častěji i na bohatých předměstích. Kulturně znevýhodněným dítětem je dítě televizní, neboť televize poskytuje nové prostředí s nízkou mírou vizuální orientace a vysokou mírou vtaženosti, což dosti znesnadňuje přizpůsobení našemu starému školskému systému“ (McLuhan, 1991, s.10).

2 VLIV TELEVIZE A INTERNETU NA DĚTI

„Dnešní děti tráví stále více času u obrazovky, a to nejen televizní, ale i počítačové. Někteří dospělí se toho děsí, jiní to považují za menší zlo než „něco horšího“ (Blažek, 1995, s. 42). Děti se považují za bezbranné a neschopné rozlišovat mezi fikcí a faktem. Schopnost rozlišovat realitu získává dítě zhruba v osmi letech, a potom je schopno si uvědomit, že svět kreslených postaviček je jiný než ten, v kterém žije. Nebezpečí je také v tom, že děti napodobují to, co vidí, a proto je tady obava, že dítě si osvojí právě to nejhorší, co mu média předkládají. „A naproti tomu čím má kdo víc sociální a kulturní imunity v podobě rodinného a přátelského zázemí, tím má větší šanci, že si ho televize neosedlá, ale že ji bude s celou paletou jiných zdrojů poznání a zábavy užívat ke svému duchovnímu vzestupu a kultivaci.“(Blažek, 1995, s. 160).

Statistiky uvádějí (In Blažek, 1995), že české děti školou povinné tráví u obrazovky asi 25 hodin týdně. Mladší děti se pak dívají zhruba „jen“ hodinu a padesát minut. Je důležité si uvědomit, že tak malé dítě, kterému jsou dva či tři roky, ještě vůbec nechápe některé akce, které v televizním programu běží. Děti nejsou schopny pochytit význam určité akce jako celku a zapamatovat si tutéž postavu z předchozích scén v tomtéž filmu. Takže i když máme pocit, že se dítě pozorně dívá a rozhodně to, co sleduje, chápe, mýlíme se. A to, že děti stále méně mluví s rodiči, je alarmující.

2.1 NÁSILÍ NA OBRAZOVCE

Právo na informace, právo na svobodu projevu, právo trávit volný čas dle vlastního výběru stojí na straně jedné a na straně druhé je dítě, na které se valí z televizní obrazovky násilí, brutality, surovost, kterými je sice přitahováno, ale poškozováno. Ve 13 letech takové dítě vidělo asi 52 tisíc vražd, znásilnění, ozbrojených loupeží a přepadení (Vágnerová, 1991).

Blažek uvádí (1995), že televizní násilí je odpovědné téměř za polovinu vražd ve Spojených státech a ukazuje velmi deformovaný ideál života dospělých. A to něco proti čemu se nemůže dítě bránit. V naší televizi převažuje tzv. konzumní násilí, což je prezentace násilí pro zábavu. Je tomu tak proto, že zobrazování násilí je divácky atraktivní, finančně a umělecky nenáročné, jinými slovy jde o lukrativní byznys. Zvláštním druhem násilí je destrukce. Takové násilí najdeme ve večerníčkách a dětských filmech. Některé dětské pořady mají nezastupitelné místo, nelze je tedy odmítnout. Například večerníček je program, který má

mentálně hygienický charakter pro celou rodinu. Je to rodinný rituál, na který se těší nejen dítě, ale často celá rodina. Rodiče mohou chránit děti proti násilnostem v televizi následujícími způsoby:

- pozorně dohlížet, na jaké programy se děti dívají
- nenechat je dívat na násilnické programy, vypnout televizi, když přijde něco nevhodného
- vysvětlit dítěti, že ačkoliv herec byl zraněn nebo zabit, ve skutečném životě taková agrese znamená bolest a smrt

2.2 TELEVIZE NE PRO DĚTI, ALE S DĚTMI

Podle Blažka (1995) je velmi důležitý věk dítěte. Schopnost soudného diváctví, které rozvíjí individualitu, vzniká postupně. Třileté až pětileté děti jsou schopné vnímat film zaměřené na jednotlivosti. Nejvíce je zajímají jednotlivé scény, které však nedokážou propojit do souvislého celku. S věkem stoupá schopnost participace na ději, která se propojuje poznámkami, výkřiky, mimikou. Pozornost však vydrží krátkodobě a střídají se v ní intenzivnější fáze s fázemi odklonů a úniků do vedlejší činnosti. U dětí šestiletých až osmiletých ještě přetrvává spojování scén souslovím „a potom“. Děti se už nedají strhujícím dějem převálcovat, ale pokud mají ve svém okolí citové zázemí, nasadí obranné mechanismy a zároveň vcítění a soucítění. Dítě nereaguje na oslovení, zapomíná na své okolí. Až do devíti let se rozvíjí schopnost komplexnějšího porozumění filmů. Průvodní zvukové a mimické projevy setrvávají. V tomto věku chlapci začínají skrývat své citové zážitky, naopak dívky se nestydí dávat najevo své dojetí a také více vyhledávají útočiště u dospělých. Teprve od 11 let se vyprávění zbavuje detailů. V této době vyprávění filmů, zejména těch, které mají ostatní děti zakázané pomáhá vytvořit si pozici v partě. Děti baví, když mohou dospělé svými řečmi o filmech šokovat, a někdy zejména pedagogy záměrně provokují tím, že v jejich blízkosti hlasitě vyprávějí drsné scény ze zakázaných filmů. (Blažek, 1995)

Cesta není v absolutním zákazu, ale v tom, že dětem věnujeme více času. Prohlubujme jejich fantazii četbou, protože jinak ztratí schopnost vytvářet si vlastní obrazy a představy. A pokud se na něco dívají, povídejme si o tom co viděly. Televize má velkou moc při utváření osobnosti a charakteru dětí, protože jim předkládá osoby a děje, se kterými se ztotožňují, které napodobují. Jak víme, děti se učí podle vzorů. Někdy dokonce přesně napodobu-

jí situace, které na obrazovce viděly. Bylo by tedy ideální, kdyby si televize i ostatní média tuto moc uvědomila a podílela se tak na utváření zdravých charakterních jedinců, a tím celé společnosti. Dále dítě přijímá hrdiny těchto filmů za své idoly a vzory se snaží napodobovat. Je-li teda dítě stále ponecháno samo sobě, a žije tedy ve světě televizních, šťastných, vždy vítězících a tváře rozbíjejících hrdinů, je teda evidentní s kým se ztotožní. Televize tedy celkově potlačuje rozvoj fantazie u dětí. Diváka nutí, aby zastavil veškerou činnost a vyžaduje výlučné soustředění. Srovnáme-li v tomto směru televizi s rozhlasem a knihou, rozhlas a kniha mají v oblasti rozvoje fantazie větší přednosti než televize. Například u předškolního dítěte, které se teprve učí odlišovat skutečnost od televizního obrazu hrozí, že si vytvoří falešný obraz, se kterým se později může ztotožnit. Prostřednictvím televize dítě vstupuje do různých světů, ale jen jako nezáčastněný divák. Čím déle televize působí, tím větší je její vliv na utváření obrazu světa. Toto se týká zejména těch dětí, které televizi považují za dominantu svého volného času. (Blažek, 1995)

Nelze přehlédnout ani zdravotní následky vasedávání před obrazovkou. Asi nejvíce se ukazuje, že se dítěti kazí oči, křiví páteř a má málo pohybu na čerstvém vzduchu. Sledování násilností večer škodlivě zvedá adrenalin a může rušit klidný spánek. Dlouhodobé duševní napětí u dětí může vést k neurózám a může poškodit mozkové buňky. Obvyklé divácké mlsání vede k přejídání, to má za následek vznik obezity.

2.2.1 Reklama

Jak uvádí Zeman (1994), je to přesvědčovací proces prováděný za úhradu jakýmkoliv podnikatelským subjektem. Smyslem reklamního sdělení není poskytnout přesné informace, ale hlavně zaujmout veřejnost. Cílem reklamy je, aby příjemce začal nakupovat, konzumovat, navštěvovat. Reklamní sdělení musí být atraktivní a informativní. Jedná se o informovanost za jasným účelem zakoupení.

Druhy reklamy:

- billboardy
- velkoplošné nápisy na budovách a autech
- světelné reklamy
- prisma vision (panely s otočnými vitrínami)

- billboardy na návěsech a skříních nákladních automobilů

Rozhlas – vyniká vysokou poslechovostí.

Tisk – velmi rozšířen, nevýhodou je krátká životnost.

Televize – maximální rozsah, je velmi nákladná.

Reklama působí nejenom na dospělé, ale snaží se ovládnout zejména děti a mládež. Do jejich světa se snaží proniknout velmi rychle, protože jsou to budoucí klienti. Pravda je taková, že se děti stávají progresivní cílovou skupinou reklamního působení. Současná honba za kariérou vyvolal trend mít jedno dítě. Tyto děti mají vyšší kapesné, jsou náročnějšími spotřebiteli. Na tyto děti se reklama zaměřuje čím dál častěji, protože děti jsou velmi snadno manipulovatelné. Jak si má dítě vytvořit představu o hodnotném životě, když je denně bombardováno reklamou na šampony nebo na prací prostředky? Nikde není uvedena reklama na dobrou knihu.

Jak uvádí Zeman (1994), reklamy jsou zrádné. Většinou v nich nebývá nic násilného a pohoršujícího, pouze konzumující tak, jak reklama vybízí. Lidé v reklamách jsou krásní a šťastní, rodinná dokonalá pohoda. Reklama nám diktuje zdánlivý smysl života. Reklama se obrací na city spotřebitelů. Odborník v reklamě má úspěch pouze tehdy, dokáže-li manipulovat instinkty a emoce. Nebezpečí účinek reklamy spočívá také v tom, že se lidé díky ní postupně zvykají na podněcování rozumu a pravdy.

Neexistuje téma, které by nemohlo být prezentováno jako show. Současný divák ocení hlavně výpravné velkofilmy, efektní koncerty a exhibice. Toho dokážou využít reklamní agentury, kteří z informace a snahy přesvědčit diváka vytvoří zábavu tak, aby příjemce ani nezaregistroval, že nějakou informaci dostává. Jako příklad může být pivní slavnosti pivovarů nebo ochutnávky v supermarketech. Všichni mají jeden cíl. Spojit své logo s příjemnými pocity a zážitky a donutit příjemce ke koupi zboží. Podle Zemana (1994) bojuje mnoho výrobců prostřednictvím reklam o to, jak sed dostat do mozků spotřebitelů. V jeho knize francouzský reklamní odborník Jacques Seguela označuje tento stav za třetí světovou válku. „V tomto boji o zákazníka se samotný výrobek stává méně důležitým než způsob, jakým je představován, jaké snové asociace reklamní agentura dokáže vyvolat, aby spotřebitele přesvědčila (Zeman, 1994, s. 15).

2.3 DĚTI, POČÍTAČE A INTERNET

Počítač je vynález 20. století. Jak uvádí Vybíral (2005) je možné užívat jej jako prostředek pro vzdělávání, vyhodnocování dat, používá se k rozmanité práci. Mimo jiné se na něm dají hrát tolik diskutované počítačové hry. Dnešní generaci školou povinných dětí je výuka počítačů zahrnována do prioritních učebních programů. Takto se stává počítačová gramotnost dětí samozřejmostí již od nejútlejšího věku. Spousta dětí, které neberou práci na počítači jako pouhé zaplácání času ve škole má už dnes v tomto oboru obrovské znalosti.

Základním kamenem vzniku poruch dětské psychiky, vedoucí k možné závislosti je problém, který způsobuje tenzi, neklid a další symptomy, nutící dítě uchýlit se k použití přirozených obranných mechanismů. V tomto případě je to kompetence, čili technika, kterou se jedinec vyrovnává s neúspěchem. Tento typ závislosti se týká především mladší generace, pro upřesnění dětí školou povinných. Závislost na počítačových hrách má s výhodami masových prostředků komunikace příčinnou souvislost:

- dětské hry jsou zdařilou integrací animace, hudby a mluveného slova
- přestává být jen pasivním příjemcem, ale aktivně je zapojen
- absentuje hodnocení, dítě je hodnoceno pouze před sebou samým
- případné dobré výsledky zvyšují sebevědomí
- dítě ví, že pokud hra skončí, stačí zmáčknout tlačítko a lze začít znovu, tyto role jsou nepřenositelné do reálného života, což ovšem dítě neví a stává se tak citově chladným

Nejčastější námitka proti počítačovým hrám je, že se v nich pořád zabývá. Je pravda, že mnoho her je postaveno na míření: na obrazovce se pohybuje nějaký cíl a vaším úkolem je ho dostihnout a trefit. Okamžik trefy bývá doprovázen slyšitelným výbuchem, pádem figurky apod. Tady záleží hodně na tom, zda rodiče projeví alespoň na chvíli zájem si s dítětem bez výrazů opovržení zahrát a zda snesou prohru. Dítě, které bylo předtím osamělé, zůstává samo i u počítače. Počítače jsou obviňováni i tím, že odnaučují děti číst. Odklon od tištěného písma k jiným formám sdělování však nepřinesly až počítačové hry, je to dlouhodobý trend, na které se podílí film, televize a velký zájem u lidí vzbuzuje reprodukováná tvorba.

2.3.1 Internet

Internet není samostatná síť, ale celosvětové propojení jednotlivých sítí podle dohodnutých principů. Internet je nejnovější a zároveň nejrychleji se rozvíjející komunikační prostředek, má téměř neomezené možnosti a mnohostranné využití. Sestává z výkonných počítačů, které jsou vzájemně propojeny po komunikačních linkách 24 hodin denně. Vliv internetu na lidskou komunikaci lze hodnotit jako obohacující, nebo neblahý. Analýza neblahého vlivu se všímá dopadů na kvalitu řeči a myšlení, to znamená ochuzování slovní zásoby. Přínosem internetu je umožnění informační dostupnosti při výměně zpráv a rychlost při zprostředkování kontaktu.

Internet je stále běžným společníkem dětí, které přitahuje nabízenou spoustou informací a různých příležitostí. Přitahují je zajímavosti, zábava, možnost chatovat a předávat si emaily s kamarády i cizími lidmi, on-line hry a mnoho dalších. Děti se však mohou při práci s internetem dostat do situací, které ohrožují je samotné i jejich rodiny. Dospělí si většinou vědí rady s podvodníky, kteří se snaží například v chatovacích místnostech podvést. Pro děti je tato situace mnohem hůře rozpoznatelná, chybí jim zkušenosti, jsou důvěřivé a rády podlehnou slovům podvodníky, který se vydává za vrstevníka či kamaráda. Často se může zdánlivě nevinné seznámení nebo dopisování na internetu změnit v děsivou noční můru v podobě vydírání, dětské prostituce, dětské pornografie a mnoho dalšího

(<http://www.nasedite.cz/webmagazine/home.asp?idk=175>).

Výuka cizích jazyků a ovládnutí počítačů patří dnes mezi parametry a na nichž možná až příliš závisí hodnocení kvality dnešního člověka. Nabízí se otázka, kdy asi by se měli školáci seznamovat s počítačem, popřípadě s internetem? Já se domnívám, že teprve tehdy, kdy dítě bezpečně ovládá ruční psaní, ruční kreslení i počítání a současně dosáhne určité intelektuální znalosti. Předčasná počítačová gramotnost by mohla vést ke vzniku počítačové závislosti. Velmi oblíbené jsou mezi školními dětmi počítačové hry, ať už logické, poznávací, strategické nebo akční. Takřka každá hra, tedy i počítačová může být přínosem pro dítě. Kvalitní hra dobře rozvíjí logické myšlení, paměť, strategické plánování a postřeh. Je však třeba dobře rozpoznat pro kterou věkovou hranici je konkrétní hra vhodná. Důležité je sledovat i její etickou úroveň.

V roce 2009 byl uskutečněn Den bezpečného internetu, který si kladl za cíl přiblížit bezpečný způsob užívání internetu, online technologií, mobilních telefonů dětem a mladým

lidem. Evropské průzkumy ukazují, že 60% evropských rodičů se obává, že se jejich děti stanou na internetu obětí osoby se špatnými úmysly a 54% rodičů se obává, že děti budou v tomto prostředí šikanovány. Nadace Naše dítě bojuje prostřednictvím linky Internet Hotline za snížení množství nebezpečného obsahu, který internet šíří. Snaží se dívky a chlapce seznámit se zásadami bezpečného internetu:

Nezapomeň: opatrný internetový surfař je inteligentní surfař!

Nedávej nikomu adresu ani telefon. Nevíš kdo se skrývá za obrazovkou!

Neposílej nikomu po internetu svoji fotografii, nesděluj svůj věk!

Udržuj heslo své internetové schránky v tajnosti, nesděluj ho ani kamarádovi!

Nikdy neodpovídej na neslušné, hrubé nebo vulgární e-maily!

Nedomlouvej si schůzku po internetu, aniž bys o tom řekl alespoň jednomu z rodičů!

Pokud tě nějaký obrázek nebo e-mail šokuje, okamžitě opusť webovou stránku!

Svěř se dospělému, pokud tě internet vyděsí nebo přivede do rozpaků!

Nedej šanci virům. Neotvírej přílohu zprávy, která přišla z neznámé adresy!

Nevěř každé informaci, kterou na internetu získáš!

3 CHARAKTERISTIKA VÝVOJOVÉ ETAPY DÍTĚTE

3.1 PUBERTA

Toto stadium časově vymezujeme 10. až 11. rokem jako dolní hranici a 14 až 15 rokem jako horní hranici. Ve své praktické části se budu zaměřovat ve výzkumu spíše na tu horní hranici.

Velmi často se užívá synonymum názvu puberta, a to jako dospívání, resp. pohlavní dospívání. Pubertou neboli dospíváním rozumíme tělesný a duševní vývoj. „V duševní oblasti se v tomto období zvyšuje aktivita dospívajícího, je patrná duševní rozkolísanost, nevyrovnanost a přecitlivělost. Dospívající přeceňuje vlastní síly i názory, postoje k sociálnímu prostředí jsou provázeny projevy prchlivosti, vzdorovitosti, většími či menšími sklony odmítat poslušnost, zvýšenou emotivností a jinými rodícími se vlastnosti“ (Kuric, 2001, s. 95).

Prepuberta je označení přípravného období dospívání, kdy se začínají objevovat první vývojové změny v tělesné i duševní oblasti. Doba nástupu puberty závisí obecně na mnoha vlivech nejrůznějšího charakteru, například na prostředí, ve kterém jedinec žije. V průběhu dospívání jsou typické velké individuální rozdíly. Puberta nemusí nastupovat přesně v určité době a ani neprobíhá u každého stejně a ve všech složkách rovnoměrně. Povinností rodičů je pečovat o děti a vychovávat je. Děti mají prokazovat rodičům určitou oddanost, lásku a úctu. (Grecmanová, 2003).

Langmaier (2006) toto období člení na fázi prepuberty a vlastní puberty. Jinak označuje toto období Říčan (dopsat rok), toto období je považováno za jedno nejdramatičtějších epizod celého lidského života.

Pubescent se doslova mění ze dne na den, začíná se odpoutávat od vlivu dospělých, jeho psychika se začíná všestranně obohacovat. K velkým změnám dochází i v tělesné oblasti. To jak vypadá pubescent se stává velmi důležitým. Celkové tělesné změny velmi vnímá. V tomto období se vidí pubescenti velmi kriticky a podle zevnějšku hodnotí i své okolí. Dochází tedy k rychlému psychickému a biologickému dozrání, které však nemusí probíhat současně (Vágnerová, 2000).

Je velmi nutné pozorně sledovat celé prostředí, v němž pubescent žije, protože se může chovat jinak v rodině a jinak ve škole (Kuric, 2001). Rozvoj osobnosti je podmíněn vyšším

stupněm tzv. duševního dozrávání, což vede k novému postavení ve škole, rodině a ve společnosti. V meziosobních stycích se vztahy formují na základě vzájemné úcty a vzájemné důvěře. U těchto jedinců můžeme pozorovat změny v sociálních vztazích i pokud jde o poměr k dospělým. Dále se objevuje touha po nezávislosti na dospělých, po uznání vlastní hodnoty a vzniká snaha eticky hodnotit jednání lidí a úsilí určení si vlastní pevné etické normy, vzory a ideály, dodržovat je a hodnotit podle nich i jednání druhých lidí, zejména dospělých. To vede tyto jedince k sebeformování i odmítání zásahů dospělých do jeho života (Kuric, 2001).

3.2 ZÁJMOVÁ ČINNOST

Mezi významné změny, které probíhají ve formování osobnosti patří i změna v zájmové oblasti. Žák opouští typické dětské zájmy a nahrazuje je novými, vyspělejšími. Změny jsou velmi individuální. Charakter zájmů je podmíněn vytvářením nových postojů a vztahů k dospělým, zvýšenou citlivostí, změnou sociálních pozic jak v rodině, tak i ve škole. Zájmy těchto dětí jsou bohatší, uvědomělejší a více spjaté s vnitřním světem těchto jedinců. V tomto období dominují zejména poznávací zájmy. Předměty ve škole se dělí na oblíbené, neoblíbené. Tyto děti často vyhledávají akce, které jsou pro ně zdrojem poznání, např. knihovny, muzea, výstavy, filmová a divadelní představení. „Cíle sebevýchovy pubescenta jsou určeny především rysy jeho životního ideálu. Každý mladý člověk si bere ze života vzory pro své jednání, snaží se napodobovat lidi, kteří jsou mu sympatičtí. Proto je společnost lidí, mezi nimiž dospívající žije, velmi důležitá. Někdy si i pubescent vytvoří obraz svého ideálu podle přečtené knihy či shlédnutého filmu. V nich lze nalézt vzory hodné následování, ale i takové, které by ve skutečném životě vůbec neobstály“ (Kuric, 2001, s. 108).

V tomto období se výrazně projevuje tendence pubescenta odpoutávat se od rodiny. Pubescenti mají nové touhy, potřeby a zejména požadavky vůči dospělým. Vztahy k vrstevníkům jsou důležitější, než vztahy k dospělým. V tomto období se zvyšuje kritičnost, která vede ke zvyšujícímu se sebevědomí. Autorita rodičů se oslabuje. Pubescenti odmítají jakoukoliv dosavadní péči. Dcera od matky potřebuje pomoc v rozvoji ženské role, a syn od otce podporu v rozvoji role mužské. Pro dceru otec funguje rovněž i jako model mužské role (Vágnerová in Kuric, 2001). Celková změna vztahů znamená velkou zátěž pro celou

rodinu. Pro dítě je to velmi náročné, protože vše je pro něj nové, nové city, které neumí správně pochopit, vyjádřit.

3.2.1 Volný čas a média

Břetislav Hofbauer uvádí, že volný čas je „čas, kdy člověk nevykonává žádnou činnost pod tlakem závazků, jež vyplývají z jeho sociálních rolí“ (Hofbauer, 2004, s. 13).

Další definicí volného času, jak píše Průcha je volný čas „čas, s kterým člověk může nakládat podle svého uvážení a na základě svých zájmů“ (Průcha, 2009, s. 341).

Znaky volného času podle Slepíčkové (2005) můžeme chápat z hlediska časového prostoru, formy činnosti, svobodné volby, sociálního nástroje a funkce sociální skupiny.

Volný čas plní funkce ve vývoji osobnosti:

1. uspokojuje širokou škálu potřeb
2. dává příležitost k formování vědomostí, dovedností
3. slouží k poznávání různých druhů činností
4. učí jedince využívat volný čas i pro další období života

Přibývá lidí, kteří tráví před obrazovkou většinu svého volného času. Zejména mladí lidé mají tendence snadno podléhat všemu, co hlásají média. Prostředky, které jsou vkládány do ovlivňování volného času této generace jsou nejlepším prostředkem investování do budoucnosti. O víkendech se na ni dokážou dívat od rána do večera. Tato přitažlivá a snadno dostupná zábava vytlačuje z jejich života mnoho cenného a tím je ochuzuje. Ubývá aktivní rekreace, sportu, turistiky. I do chaty nebo kempu se bere televize. A tak není často čas na klidné rozhovory a hry s dětmi, méně spolu hovoří i manželé, zvláště o podstatných věcech. Máme méně trpělivosti naslouchat vyprávění lidí a také chuti si třeba zazpívat. Proto se navzájem méně známe a hůře si rozumíme (Hofbauer, 2004).

Kultura dnešních dětí a mládeže je více rozmanitější než dříve. Myslím si, že je to způsobeno hlavně nepřebornou šíří ve výběru spotřebního zboží v dnešní době. Dnešní mladí lidé si vybírají svou oblíbenou hudbu, svůj styl oblékání a také způsob trávení volného času. Tady dochází k velkým rozdílům. Někdo sportuje nebo chodí po diskotékách či se jen tak toulá po městě a tak často dochází k trestné činnosti. A právě tyto všichni mladí lidé jsou do velké míry ovlivňováni médii, aniž si to vlastně uvědomují. Jak uvádí Rheinwaldová

(1993) výchova dětí ke kulturním návykům není záležitostí pouze školy. Výchova ke kulturním návykům je součástí celkové výchovy, proto ji nelze podceňovat. Úspěch takové výchovy závisí na dobré organizovanosti a na použití správných metod. První krátké povídky, které dítěti vypravujeme, první písničky, už to je začátek kulturní výchovy. Televize má obrovskou moc, někdy se stává pánem dětí. Aby děti unikly tomuto televiznímu otroctví, potřebují naši přímou pomoc – společné sledování televize. A jak by měl vypadat trojúhelník děti – rodiče – obrazovka? Nejmenší děti nenecháváme před obrazovkou samotné. Večerníček pomáhá utvářet rytmus dne. Dítě v mateřské náruči dostává před obrazovkou důležitou lekci citové výchovy. A to například stiskem, pohlazením nebo tím, že se připojíme k radostnému smíchu dítěte. Hned po večerníčku nebo po jiném pořadu si o něm s dítětem povídáme. Snažíme se tak obohacovat jeho slovní projev a také mu tím pomáháme, aby se lépe vyznalo ve svých vlastních pocitech. Školní a dokonce někdy i předškolní děti mají rády filmy pro dospělé. Děti je rády sledují, i když nerozumějí ději jako celku. Rodiče jim alespoň vysvětlí a tím se posiluje rodinná pospolitosť, i když bohužel ne tak vydatně, jako při společné hře, vyprávění, zpěvu a čtení z knížek.

Děti potřebují s nástupem do školy životní režim. Je nutno dbát na dostatečně dlouhý a kvalitní spánek, pravidelný pohyb na čerstvém vzduchu, kvalitní a pestrý jídelníček. Ani jeden aspekt nelze opomenout. Dítě, které sleduje televizi do pozdních večerních hodin, není schopno dostatečně odpočívat a regenerovat své síly. Na druhý den se jeví známky fyzické i duševní únavy, je nesoustředěné, objevuje se duševní neklid. Tomu odpovídají i výsledky jeho práce. Je dokázáno, že písmo nedostatečně odpočatého prvňáčka je až o dva stupně horší. Neúspěch dítěte není tedy jen záležitostí jeho samotného, ale také dobrého rodinného zázemí, které potřebuje. Nebezpečím pro dítě jsou příliš ambiciózní rodiče, kteří očekávají od dítěte splnění vlastních nesplněných ambicí. Tyto děti pak z příliš přeorganizovanosti vlastního života sahají po řešení, které se od nich nežádá a usedají před televizor (Rheinwaldová, 1993).

Důležitou se stává i úloha učitele, i když tento vliv na jednotlivé dítě je obvykle mnohem slabší než vliv rodiny. Nejprve by bylo nejlepší začít sami u sebe. Promysleme svůj osobní postoj k celé úpadkové masové kultuře a vychovejme sami sebe ke střídmému a kritickému diváctví. Snažme se využívat videotechniku jen tam, kde je to funkční. Ve školách se rozmohlo užívání obrazovky například při suplování a také v mateřských školkách někdy tele-

vize či video nahrazuje hru, která bývá pro pedagoga náročnější. I zde platí – neodkládejme děti k obrazovce!

Demaskujme! Říkejme dětem, jak výhodný kšeft představuje mediální násilí a porno. Hovořme s dětmi, jaké triky se používají při natáčení, alespoň při sledování nějakého brutálního filmu budou film méně spoluprožívat, jestliže se budou snažit prokouknout triky.

Konfrontujme s realitou. V akčních filmech se často předvádějí naprosto nerealistické souboje, kdy například hrdiny po několika úderech, z nichž jediný by ve skutečnosti člověka zabil, nebo alespoň zranil, vstane a bojuje dál. Dětský divák tak ztrácí měřítko, podcení závažnost vlastního násilného jednání a s tím podcení i utrpení oběti.

II. PRAKTICKÁ ČÁST

4 CHARAKTERISTIKA VÝZKUMU

V praktické části této práce se zabývám výzkumem, který má sloužit k dokreslení problematiky mediálních prostředků a to především televize, internetu, čili dokresluje teoretickou část práce a snaží se zmapovat vliv médií na děti.

Výzkumným šetřením jsem se snažila přiblížit toto téma a také poukázat na situaci týkající se vztahu médií a dětí. Tato práce je chápána jako nástin daného problému a nemůže a ani nechce nahradit vědecká zpracovávání daného problému. Rozhodla jsem se provést kvantitativní výzkum. Jako formu kvantitativního výzkumu jsem si zvolila metodu dotazníkovou.

4.1 CÍL VÝZKUMU

Hlavním cílem je zmapovat, kolik času tráví žáci 8. a 9. tříd ZŠ v Luhačovicích a Nedašově sledováním a využíváním televize a internetu, které typy pořadů upřednostňují. Zjistit důvody využívání mediálních prostředků, zda a nakolik se věnují četbě.

4.2 VÝZKUMNÉ OTÁZKY

Pro svůj výzkum jsem si zvolila výzkumné otázky, které korespondují s hlavním cílem.

Hlavní cíl výzkumu je formulován:

Kolik času věnují děti televizi a internetu, které pořady upřednostňují? Jaký je důvod usedání k televizi, internetu a zda se věnují četbě?

Na základě svého dotazníku jsem zvolila tyto výzkumné otázky:

1. Věnují děti více jak 50% času surfování na internetu?
2. Tráví děti nejvíce volného času u televize?
3. Sleduje více jak 50% dětí televizi samotně?
4. Mluví rodiče se svými dětmi o pořadech v televizi?
5. Věnují se děti četbě, dostávají knihy?

4.3 POUŽITÁ VÝZKUMNÁ METODA

Pro svůj výzkum jsem podle mého názoru k této problematice zvolila a použila nejvhodnější metodu a to metodu dotazníku, neboť tato forma výzkumu umožňuje oslovení většího

počtu respondentů v poměrně krátké době než by bylo možné v případě užití jiné metody, jako například ankety či rozhovoru. Umožňuje širší přezkoumání daného problému položením dostatečného množství otázek a také objektivnější a přesnější zpracování a vyhodnocení získaných informací a odpovědí.

Dotazník poskytuje určitou anonymitu, proto nehrozí jakékoliv zneužití jeho obsahu a poskytovaných informací a respondenti se nemusí obávat odpovídat pravdivě. Také je pro dotazované snazší vyjádřit se písemně než ústně.

Dotazník patří mezi nejfrekventovanější metodu zjišťování údajů. Určuje hromadné získávání údajů (Gavora, 2000).

Dotazník obsahuje 21 otázek. V dotazníku jsem užila otevřený, uzavřený a polozavřený typ otázek.

Uzavřená otázka – je taková otázka, která nabízí hotové alternativní odpovědi. Výhodou je, že tyto otázky zjednodušují vyhodnocování odpovědí. V dotazníku otázky č. 1, 2, 5, 6, 12, 13, 15, 16, 17, 20, 21

Otevřená otázka – dává respondentovi dost velkou volnost u odpovědí. Nenavrhují většinou žádné odpovědi. Nevýhodou u vyhodnocování je zmíněná volnost, v dotazníku to jsou otázky č. 7, 8, 19

Polozavřená otázka – nabízí nejprve alternativní odpověď a potom ještě žádají vysvětlení nebo objasnění v podobě otevřené otázky. V mém dotazníku to jsou otázky č. 3, 4, 9, 10, 11, 14, 18

4.4 VÝZKUMNÝ VZOREK

Výzkum jsem prováděla na dvou základních školách, a to na Základní škole v Luhačovicích a na Základní škole v Nedašově. Výběr byl náhodný, ani jednu ze škol jsem osobně nenavštivovala. V Luhačovicích jsem v době zpracování dotazníku pracovala. Na ZŠ Nedašově mi provedení dotazníku umožnila kamarádka, která tam pracuje jako učitelka.

4.5 PRŮBĚH VÝZKUMNÉHO ŠETŘENÍ

O vyplnění dotazníku jsem požádala děti, které v tomto školním roce 2010/2011 navštěvují 8. a 9. třídy. Celkový počet respondentů byl 100. Nejdříve jsem se zkontaktovala s ředitelem školy, zda by bylo možné dotazník na jejich škole provést. Na ZŠ Nedašov nebyl problém, v Luhačovicích jsem se setkala s neochotou ze strany ředitelky, ale nakonec po domluvě mi bylo umožněno dotazník ji zanechat. Na obou školách jsem dotazníky jen přinesla a po domluvě si je vyzvedla. Dotazníky byly na obou školách provedeny ve vyučování, tím mi byla zaručena 100% návratnost.

5 VYHODNOCENÍ DOTAZNÍKU

Ze 100 rozdaných dotazníků se mi stejný počet vrátil nazpět. Dotazníky jsem si po dohodě všechny vyzvedla. Při vyhodnocování jsem postupovala tak, že jsem nejprve vyhodnotila odpovědi k jednotlivým otázkám.

5.1 ANALÝZA VÝZKUMU

Ke každé otázce jsem vytvořila tabulku, která je doplněna příslušným komentářem. Výsledky jsou uvedeny v absolutní a relativní četnosti. U stěžejních otázek jsou uvedeny grafy.

Otázka č. 1: Jsem

První otázka ukazuje procentuální zastoupení dívek a chlapců. Z celkového počtu 100 respondentů bylo 47 dívek a 53 chlapců. Z toho je patrné, že pohlaví jsou si počtem vyrovnána. Z mé zkušenosti většinou jedno pohlaví převyšovalo nad druhým.

Tab. 1 Pohlaví

Pohlaví	<i>Absolutní četnost</i>	<i>relativní četnost(%)</i>
dívka	47	47,0%
chlapec	53	53,0%
Celkem	100	100%

Otázka č. 2: Trvale bydlím

Druhá otázka zjišťovala bydliště dětí. Protože ZŠ Nedašov je čistě škola vesnická, převažuje více dětí z vesnice. ZŠ Luhačovice navštěvují děti místní, ale i z přilehlých vesnic.

Tab. 2 Bydliště

Bydliště	<i>Absolutní četnost</i>	<i>relativní četnost(%)</i>
ve městě	15	15,0%
na vesnici	85	85,0%
Celkem	100	100%

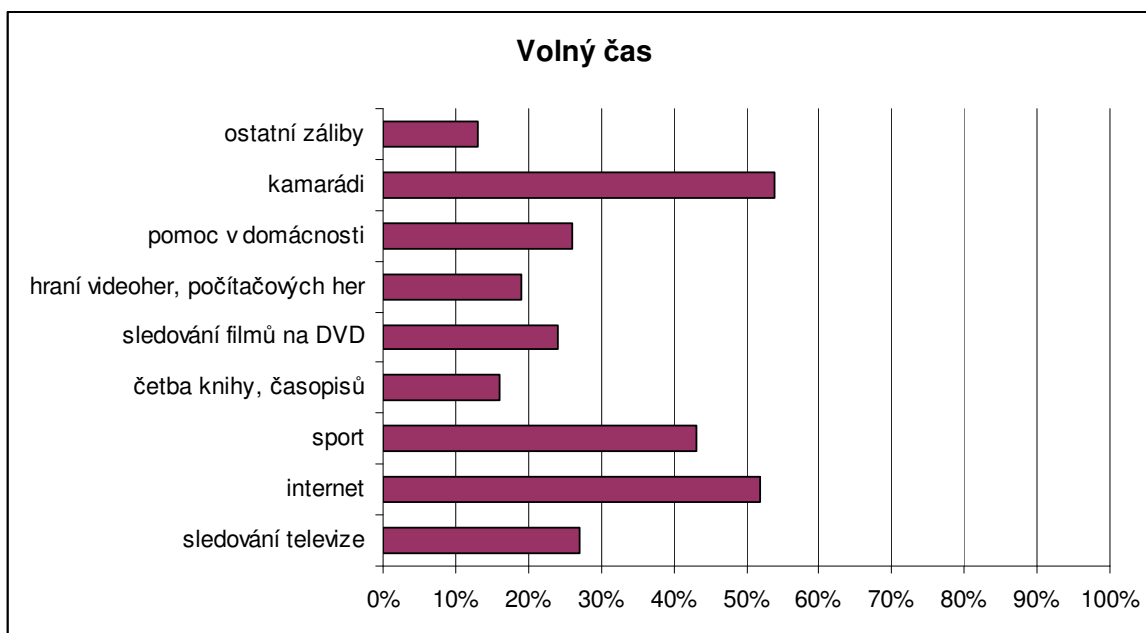
Otázka č. 3: Vyber z těchto činností, při které trávíš nejvíce času

Třetí otázkou jsem zjišťovala, jaká činnost nejvíce vyplňuje jejich volný čas. Protože byla možnost výběru více možností odpovědí, součet relativních četností není 100%. Tady odpovědělo 52% dětí, že nejvíce času tráví u internetu.

Tab. 3 trávení volného času

Volný čas	<i>Absolutní četnost</i>	<i>relativní četnost(%)</i>
sledování televize	27	27,0%
internet	52	52,0%
sport	43	43,0%
četba knihy, časopisů	16	16,0%
sledování filmů na DVD	24	24,0%
hraní videoher, počítačových her	19	19,0%
pomoc v domácnosti	26	26,0%
kamarádi	54	54,0%
ostatní záliby	13	13,0%
Celkem	100	

Graf. 1 Trávení volného času

**Otázka č. 4: Kde máte umístěnou televizi**

Další otázkou jsem zkoumala, kde mají děti umístěnou televizi. Jak jsem předpokládala v 97% je to v obývacím pokoji. Jako další nejčastější místností mě překvapil dětský pokoj

a to 38%. S tímhle já nesouhlasím, nelíbí se mi, když děti mají televize ve svém dětském pokoji. Televize se objevují i v kuchyni 16% a jako jinou místností byla ložnice 14%. Objevily se odpovědi, kdy děti uvedly, že mají televizi ve všech čtyřech místnostech.

Tab. 4 Umístění televize

Umístění televize	Absolutní četnost	relativní četnost(%)
obývací pokoj	97	97,0%
kuchyň	16	16,0%
dětský pokoj	38	38,0%
jiná místnost	14	14,0%
Celkem	100	

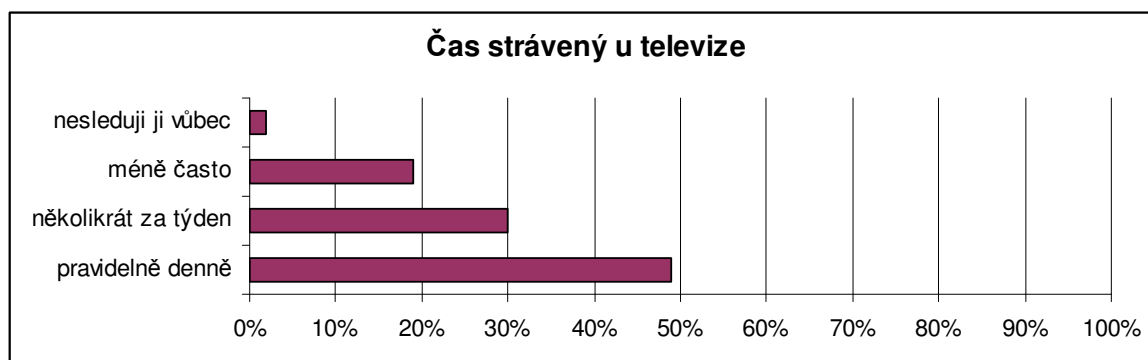
Otázka č. 5: Jak často sleduješ televizi

Jak jsem předpokládala u této otázky, pravidelně denně televizi sleduje 49% dětí. Zase naopak mě překvapila ve 2% odpovědí, že televizi nesledují vůbec. Tuto odpověď jsem skoro nepředpokládala. Několikrát za týden televizi sleduje 30% a 19% méně často. U první odpovědi pravidelně denně, dobu sledování uváděly v rozmezí od 1 až 8 hodin denního vyse-
dávání u televize.

Tab. 5 Čas strávený u televize

Čas strávený u televize	Absolutní četnost	relativní četnost(%)
pravidelně denně	49	49,0%
několikrát za týden	30	30,0%
méně často	19	19,0%
nesledují ji vůbec	2	2,0%
Celkem	100	100%

Graf. 2 Čas strávený u televize



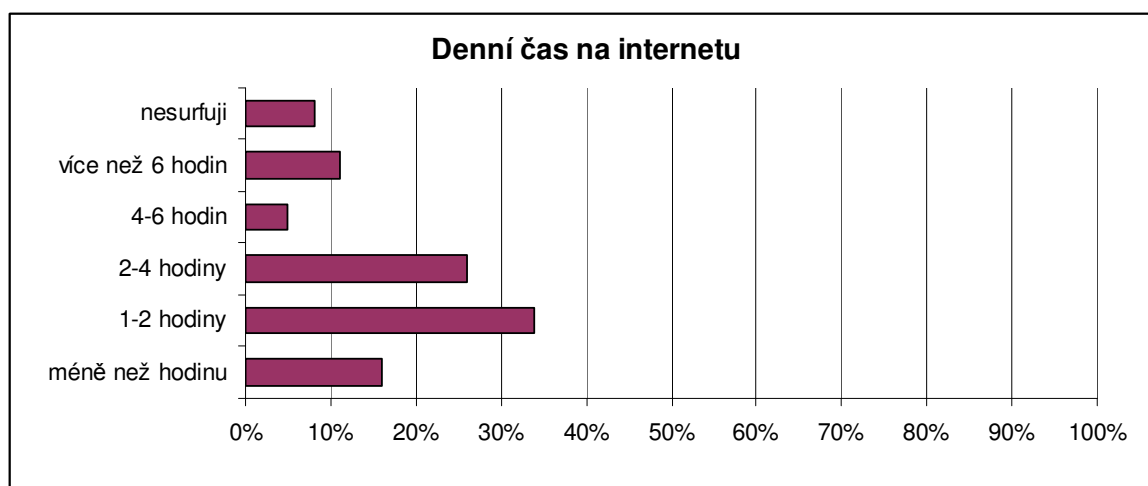
Otázka č. 6: Na internetu surfuji (průměrně)

Šestá otázka mapovala čas trávený na internetu. Tady jsem předpokládala, že to bude hodně často, ale vzhledem k tomu, že je pořád školní rok a děti mají i nějaké kroužky, záliby, koníčky, kterým se věnují, tak mě překvapilo, že v 34% surfují pouze 1-2 hodiny denně. V 26% je to 2-4 hodiny, méně než hodinu 16% a více než 6 hodin denně 11%. 5% 4-6 hodin a dalším překvapením byla odpověď, že nesurfuje vůbec 8%.

Tab. 6 Denní čas na internetu

Denní čas na internetu	Absolutní četnost	relativní četnost(%)
méně než hodinu	16	16,00%
1-2 hodiny	34	34,00%
2-4 hodiny	26	26,00%
4-6 hodin	5	5,00%
více než 6 hodin	11	11,00%
nesurfuji	8	8,00%
Celkem	100	100%

Graf. 3 Denní čas na internetu

**Otázka č. 7: Moje nejoblíbenější webové adresy**

Touto otázkou jsem zkoumala, jestli mají oblíbené stránky na internetu, vzhledem k tomu, že na internetu tráví docela dost svého času. Jak jsme předpokládala, nejnavštěvovanější je stránka facebook.com, to uvedlo 55%. Další oblíbenou stránkou je youtube.com 25%, google 8%, webgames 7%, seznam.cz 3% a 2% uvedlo, že žádné oblíbené adresy nemá.

Otázka č. 8: Moje nejoblíbenější pořady v televizi jsou

I u této otázky mě zajímala oblíbenost a to televizních pořadů. Tady se ukázala velká rozmanitost. Jako nejoblíbenější byla uvedena Ordinace v růžové zahradě, a to většinou uváděly děvčata, stejně jako Comeback, ten mají zase rádi více chlapci. Oboje 25%. Dalším oblíbeným pořadem je Ulice 15%, 13% mají rádi Simpsonovi, Superstar 8%, Kriminálka Miami, Las Vegas 7%, Dr.House 6%. Zbytek to bylo například Mentalista (tento pořad běží v hodně pozdních hodinách), horory, Přátelé, MASH, ale jen ve dvou případech byla uvedena televizní soutěž 5proti5, což si myslím, že tento pořad je opravdu pro tyto děti dobrý.

Otázka č. 9: Na televizi se většinou dívám

Tato otázku zjišťovala, zda si rodiče udělají čas a sednou si s dětmi k televizi. Potvrdil se můj předpoklad, že v 53% sledují televizi sami.

Tab. 7 Televizi sleduji

Televizi sleduji	Absolutní četnost	relativní četnost(%)
sám/sama	53	53,0%
spíše s matkou	7	7,0%
spíše s otcem	4	4,0%
s oběma rodiči	14	14,0%
se sourozenci	14	14,0%
s někým jiným	8	8,0%
Celkem	100	100%

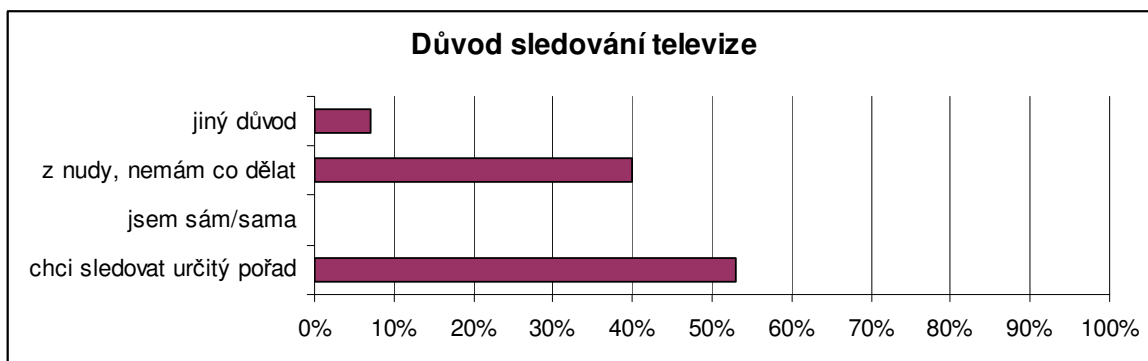
Otázka č. 10: Proč se díváš na televizi

Na tuto otázku největší počet 53% odpovědělo, jak jsem předpokládala, že chtějí sledovat určitý program. To že je sám a tím pádem na něj rodiče nemají moc času nemá pocit žádné dítě. Velmi mě překvapilo, že 40% uvedlo sledování televize z nudy, nemají co dělat.

Tab. 8 Důvod sledování televize

Důvod sledování televize	Absolutní četnost	relativní četnost(%)
chci sledovat určitý pořad	53	53,0%
jsem sám/sama	0	0,0%
z nudy, nemám co dělat	40	40,0%
jiný důvod	7	7,0%
Celkem	100	100%

Graf. 4 Důvod sledování televize

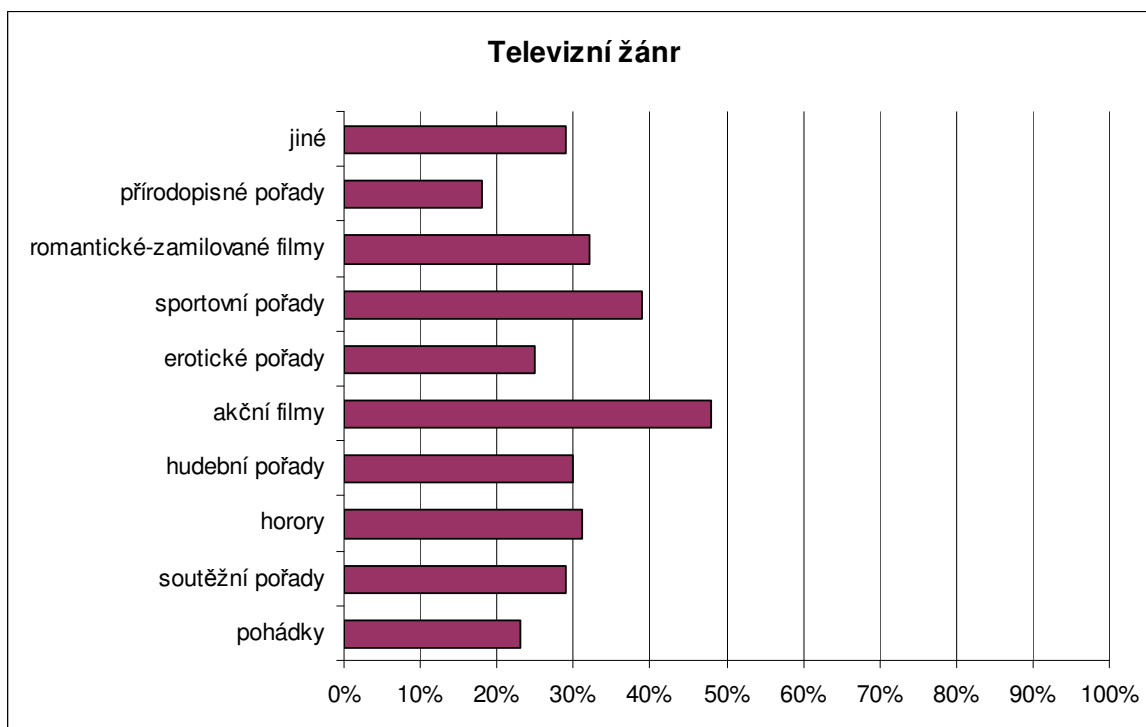
**Otázka č. 11: V televizi sleduji**

U jedenácté otázky byla možnost více odpovědí. Nejvíce jsou sledované akční filmy 48%, vzhledem k věku jsem předpokládala, že oblíbené budou hudební pořady 30%, stejně oblíbené jsou i horory 31% a sportovní pořady 39%. Zejména děvčata mají rády romantické filmy 32%, pohádky 23% a soutěžní pořady 29%. V tomto věku pravděpodobně lákají i erotické pořady 25%. Nejméně jsou oblíbené přírodopisné pořady 18%. Jako jiné děti byly uvedeny komedie, seriály, reklamy, sci-fi a reality show 7%.

Tab. 9 Televizní žánr

Televizní žánr	Absolutní četnost	relativní četnost(%)
pohádky	23	23,0%
soutěžní pořady	29	29,0%
horory	31	31,0%
hudební pořady	30	30,0%
akční filmy	48	48,0%
erotické pořady	25	25,0%
sportovní pořady	39	39,0%
romantické-zamilované filmy	32	32,0%
přírodopisné pořady	18	18,0%
jiné	29	29,0%
Celkem	100	

Graf. 5 Televizní žánr



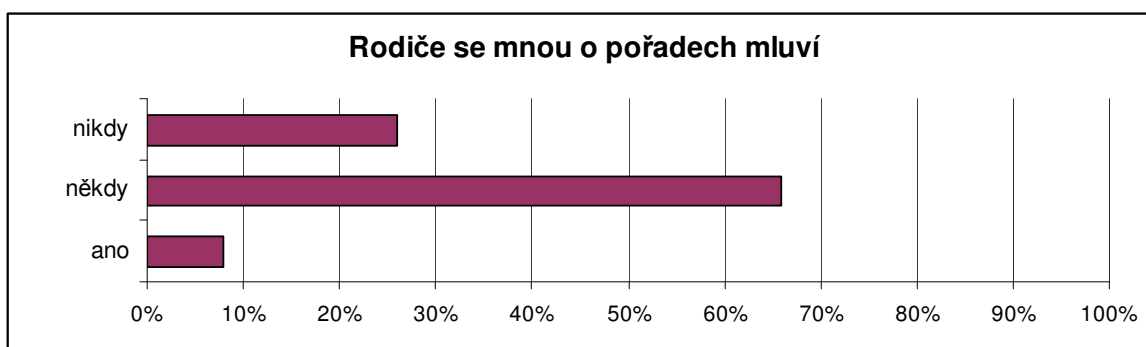
Otázka č. 12: Mluví s tebou rodiče o pořadech v televizi

Tato otázka má přiblížit a zjistit, zda rodiče se svými dětmi mluví o pořadech, které jsou v televizi vysílány. Komunikace mezi rodiči a mezi dětmi je velmi důležitá. Pokud ta v rodině vázne, rodičům může uniknout to, že jejich dítě má problémy a trápí se. Rodiče by s dětmi měli mluvit zejména o nevhodných pořadech vysvětlit jim, proč jsou pro ně nevhodné. Někdy rodiče s dětmi o pořadech mluví 66%, a 26% uvedlo, že nikdy. Těch, kteří si s dětmi o pořadech povídají je pouze 8%. A jsou to pořady například TV-noviny, Ordinance v růžové zahradě, Ulice. Výsledky ukázaly to, co jsem předpokládala, je jen velmi málo rodičů, kteří si o tom co se vysílá v televizi s dětmi popovídá. Otázkou zůstává, zda je tomu tak i v komunikaci o běžných věcech.

Tab. 10 Rodiče se mnou o pořadech mluví

Rodiče se mnou o pořadech mluví	Absolutní četnost	relativní četnost(%)
ano	8	8,0%
někdy	66	66,0%
nikdy	26	26,0%
Celkem	100	100%

Graf. 6 Rodiče se mnou o pořadech mluví

**Otázka č. 13: Vybíráš si pořady sám, nebo ti je někdo doporučuje**

Třináctou otázkou jsem zkoumala, zda to co děti v televizi sledují, nějak ovlivňují rodiče nebo třeba i škola. Obecně skoro všechny děti odpověděly, že sledují hlavně to, co zajímá je 99%. Pouze jeden žák uvedl, že sleduje pouze to, co mu dovolí rodiče 1%.

Tab. 11 Výběr pořadů

Výběr pořadů	Absolutní četnost	relativní četnost(%)
sleduji jen to, co mě zajímá	99	99,0%
sleduji hlavně to, co mi doporučují rodiče	0	0,0%
sleduji jen to, co mi rodiče dovolí	1	1,0%
některé pořady sleduji na doporučení učitele	0	0,0%
Celkem	100	100%

Otázka č. 14: Počítač a televize mi přináší

Tato otázka zkoumala, co dětem přináší televize a internet. Opět měli možnost více odpovědí. Nejvíce 82% uvedlo, že je to zábava. Další, myslím, že i potěšující zjištění bylo, že jsou to informace 68%. 25% uvedlo, že je to vyplnění volného času. Tím se částečně potvrdilo, že se děti nudí. 23% uvádí, že jim přináší vzrušení a 31% odreagování. Jakou jinou možnost 5% uvedly usnadnění práce, poznávání lidí, tvořivost a fantazii.

Tab. 12 Přínos médií

Přínos médií	Absolutní četnost	relativní četnost(%)
informace	68	68,0%
zábava	82	82,0%
vzrušení	23	23,0%
vyplnění volného času	25	25,0%
odreagování	31	31,0%
něco jiné	5	5,00%
Celkem	100	

Otázka č. 15: Podle mého názoru ovlivňuje internet a televize vztahy mezi lidmi

Tato otázka měla přimět děti k většímu zamyšlení se nad užíváním internetu a televize. V tomto věku si myslím, že se u nich neprojevuje dětská naivita a chápou věci, které jsou v televizi i na internetu. To, že ovlivňují vztahy mezi lidmi k horšímu si myslí 42%. 13% naopak si myslí, že k lepšímu. 12% si myslí, že vůbec neovlivňují vztahy mezi lidmi a 33% neví.

Tab. 13 Vliv médií na mezilidské vztahy

Vliv médií na lidské vztahy	Absolutní četnost	relativní četnost(%)
k lepšímu	13	13,0%
k horšímu	42	42,0%
vůbec	12	12,0%
nevím	33	33,0%
Celkem	100	100%

Otázka č. 16: Zákaz surfování na internetu považují za trest

Tato otázka zkoumala, zda je pro děti zákaz internetu trest. 53% uvedlo, že ano. Tady jsem předpokládala, že to bude větší počet. 47% uvedlo, že za trest zákaz internetu nepovažují. Procentuální rozdílly jsou skoro vyrovnané.

Tab. 14 Je zákaz internetu trest?

Je zákaz internetu trest	Absolutní četnost	relativní četnost(%)
ano	53	53,0%
ne	47	47,0%
Celkem	100	100%

Otázka č. 17: Zákaz sledování televize považují za trest

Podobná otázka jako předchozí. Opět jsem čekala větší procentuální rozdíl. Zákaz televize je pro 41% a 59% uvádí, že zákaz sledování televize pro ně trestem není.

Tab. 15 Je zákaz televize trest?

Je zákaz televize trest	Absolutní četnost	relativní četnost(%)
ano	41	41,0%
ne	59	59,0%
Celkem	100	100%

Otázka č. 18: Co děláš před spaním

Touto otázkou jsem chtěla zjistit co děti než jsou spát, a to zejména přes týden, kdy musí brzy vstávat do školy. Jako nejčastější odpověď volily 46%, že sleduje televizi. Další častou odpovědí 34% uvedlo, že si čtou. To je potěšující. Předpokládala jsem, že budou často poslouchat hudbu 29% a 21% se učí. Jako jinou možnost uvedlo 18%. Myslím si, že dlouhé večerní sledování televize dětem nesvědčí, protože tyto děti se ve škole cítí unavené a jejich školní výkon je nižší, než výkon dítěte, které se na následující den dostatečně vyspí.

Tab. 16 Činnost před spaním

Činnost před spaním	Absolutní četnost	relativní četnost(%)
sleduji televizi	46	46,0%
čtu si	34	34,0%
učím se	21	21,0%
poslouchám hudbu	29	29,0%
něco jiného	18	18,0%
Celkem	100	

Otázka č. 19: Mým nejoblíbenějším pořadem je...

Tuto otázku jsem zvolila jen pro kontrolu otázky čísla 8 záměrně. A děti odpovídaly stejně. Opět jako nejčastěji sledované uvedly Ordinace v růžové zahradě 30%, Comeback 20%, stejně i Ulice 18%, Faktor strachu 15%, Simpsonovi 7%, Kriminálka Las Vegas 6%, Top Gear 4%.

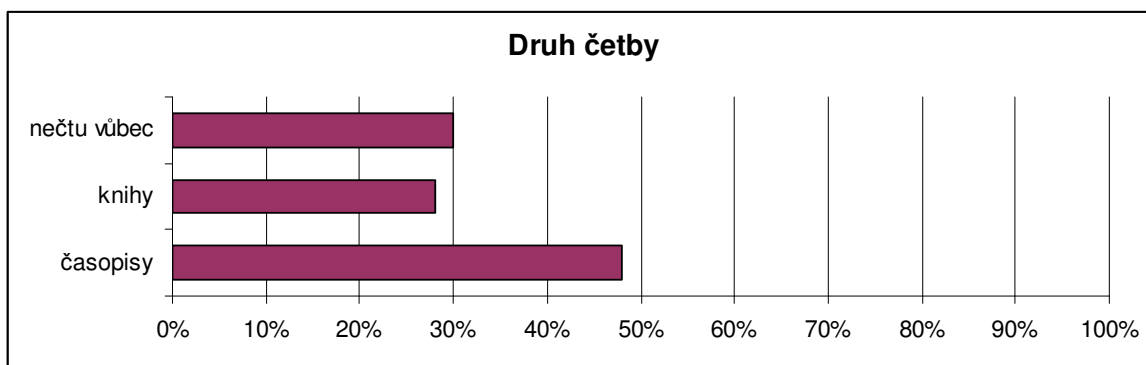
Otázka č. 20: Čteš více

U této otázky se mi potvrdil můj předpoklad, že daleko víc budou číst časopisy 48% než knihy, které čte jen 28%.

Tab. 17 Druh četby

Druh četby	Absolutní četnost	relativní četnost(%)
časopisy	48	48,0%
knihy	28	28,0%
nečtu vůbec	30	30,0%
Celkem	100	

Graf. 7 Druh četby

**Otázka č. 21: Knihy**

Jak jsem předpokládala, dnes už není časté, že by se dětem často kupovaly knihy. Je to pouze 8%, stejný počet 33% uvedlo, že si půjčuje v knihovně nebo nedostává vůbec a alespoň jako občas se z knihy raduje 26%. Jeden žák uvedl, že si knihy kupuje sám.

Tab. 18 Knihy

Knihy	Absolutní četnost	relativní četnost(%)
dostávám pravidelně jako dárek	8	8,0%
dostávám pouze občas	26	26,0%
nedostávám	33	33,0%
půjčuji si v knihovně	33	33,0%
Celkem	100	100%

5.2 ZÁVĚREČNÉ SHRNUÍ VÝSLEDKŮ VÝZKUMU

Výzkum byl zaměřen na vliv médií na děti. Jednotlivé otázky jsem vyhodnotila a potom jsem se zaměřila na ty otázky, které jsou pro můj výzkum stěžejní. K realizaci výzkumu jsem si stanovila výzkumné otázky:

1. Věnují děti více jak 50% času surfování na internetu?
2. Tráví děti nejvíce volného času u televize?
3. Sleduje více jak 50% dětí televizi samotně?
4. Mluví rodiče se svými dětmi o pořadech v televizi?
5. Věnují se děti četbě, dostávají knihy?

Z uvedených údajů vyplývá, že televize a internet zaujímá u dětí důležité místo v trávení volného času. Výzkum ukázal, že děti sledují televizi denně a to několik hodin, stejně jako u internetu tráví hodně času. Částečně přijatelné je, že mají své oblíbené pořady v televizi, takže k ní usedají, že chtějí sledovat to, co je baví, zajímá, i když výsledky uvádí, že nejraději sledují akční filmy, ale i soutěžní, hudební, sportovní, pohádky nebo i erotické. Stejně jako na internetu mají své oblíbené adresy. Dále uvádí, že jak televize i internet jim přináší zábavu, informace, odreagování. Dále jsem zjišťovala důvody, proč sledují televizi. Největší počet uvedl, že chce sledovat určitý program, anebo z nudy, nemá co dělat. Rodiče mají velmi malý přehled o pořadech, které sledují děti. Popravdě, rodiče většinou nemají možnost, na co se jejich děti v televizi dívají. Někdy je to z důvodu nezájmu, nebo časové zaneprázdněnosti. Potom dochází k tomu, že dochází k tomu, že děti sledují jenom to, co je baví, ne vždy jsou to pořady, které odpovídají jejich věku. Zjistila jsem, že děti se věnují i četbě, i když více čtou časopisy než knihy. Potěšilo mě, že si zajdou do knihovny, aby si nějakou knihu půjčily. Našla se i jeden žák, který si knihy kupuje sám.

Výzkumné otázky:

1. Věnují děti více jak 50% času surfování na internetu?

Tady jsem předpokládala, že se moje domněnka potvrdí, ale vzhledem k tomu, že je pořád školní rok a děti mají i nějaké kroužky, záliby, koníčky, kterým se věnují, tak mě překvapilo, že v 34% surfují pouze 1-2 hodiny denně. V 26% je to 2-4 hodiny, méně než hodinu

16% a více než 6 hodin denně 11%. 5% 4-6 hodin a dalším překvapením byla odpověď, že nesurfuje vůbec 8%. I když v otázce č. 3 uvedlo 52% dětí, že čas u internetu tráví.

2. Tráví děti nejvíce času u televize?

K této výzkumné otázce byla určena otázka č. 3. Tady se nepotvrdil můj předpoklad, že děti sledují televizi hodně, je to pouze 27%. Mojí domněnkou u této otázky bylo, že budou trávit hodně času s kamarády 54%. V tomto věku, období puberty je charakteristické odpoutávání se od rodiny a vyhledávání vrstevníků, navazování přátelství a kamarádství. Velmi mě potěšilo, že 43% dětí tráví čas sportem. Ale také televizí 27%, tady jsem čekala počet větší. Samozřejmě je to také sledování DVD filmů 24%, hraní videoher 19%, 26% se objevila pomoc v domácnosti. Bohužel pouze 16% dětí uvedlo, že tráví čas četbou. Jako ostatní záliby 13% děti uváděli nejčastěji hudbu, jezdeckví a celková starost o koně, dále hlídání mladšího sourozence, chlapci zkouší jezdit na motorkách, což je v tomto věku také dost časté, příroda, cyklistiky, přítel, spánek a bojový sport.

3. Sleduje více jak 50% dětí televizi samotně?

Tuto otázku jsem volila z důvodu, protože jsem chtěla zjistit, zda si rodiče udělají čas a sednou si s dětmi k televizi. I když nabízí se otázka, zdali by to tyto děti přivítaly, období puberty je charakteristické odpoutávání se od rodiny. Proto v 53% sledují televizi sami, v 14% s oběma rodiči nebo sourozenci, více s matkou 7% a spíše s otcem 4%. Jako s někým jiným bylo uvedeno s babičkou nebo přítelem 8%. Na desátou otázku největší počet 53% odpovědělo, že chtějí sledovat určitý program. K této otázce se vztahuje otázka č. 10, která zkoumá důvody sledování televize. Potěšující je fakt, že nikdo neuvedl, že je sám a tím pádem na něj rodiče nemají moc času. Jako velmi zarážející se mi jeví to, že 40% uvedlo sledování televize z nudy, nemají co dělat. Zřejmě neví co s volným časem, jak ho naplnit, a o to by se měly postarat různé organizace, které se volným časem zabývají, i když v dnešní době je to velký problém, zvláště na vesnici. Děti by musely někam dojíždět, a právě protože je to nejen finančně, ale i časově náročné, tak raději rodiče nechávají děti doma. I když rodiče by se měly vážně zamyslet nad skutečností, že je jejich 14-ti nebo 15-ti leté děti nudí. Jako jiný důvod bylo, že televizi sledují z důvodu vzdělání, informací a zábavě 7%.

4. Mluví rodiče se svými dětmi o pořadech v televizi?

K této otázce se vztahuje i otázka č. 12 zda rodiče s dětmi o pořadech, které se v televizi vysílají mluví. Tato otázka má přiblížit a zjistit, zda rodiče se svými dětmi mluví o pořadech, které jsou v televizi vysílány. Komunikace mezi rodiči a mezi dětmi je velmi důležitá. Pokud ta v rodině vázne, rodičům může uniknout to, že jejich dítě má problémy a trápí se. Rodiče by s dětmi měli mluvit zejména o nevhodných pořadech vysvětlit jim, proč jsou pro ně nevhodné. Někdy rodiče s dětmi o pořadech mluví 66%, a 26% uvedlo, že nikdy. Těch, kteří si s dětmi o pořadech povídají je pouze 8%. A jsou to pořady například TV-noviny, Ordinace v růžové zahradě, Ulice. Výsledky ukázaly to,co jsem předpokládala, je jen velmi málo rodičů, kteří si o tom co se vysílá v televizi s dětmi popovídá. Otázkou zůstává, zda je tomu tak i v komunikaci o běžných věcech.

5. Věnují se děti četbě, dostávají knihy?

Dnešní děti čtou, ale jsou to víc časopisy 48% než knihy 28%. Otázkou je jaké to časopisy jsou, protože v nabídce je hodně těch, které jsou pro děti absolutně nevhodné. Číst knihu podněcuje fantazii, rozvíjí představivost.

Některé děti odpovídaly, že čtou knihy i časopisy. Možnost, že nečte vůbec uvedlo 30%, což si myslím, že je docela smutné. Doba, kdy děti dostávaly knihu pravidelně jako dárek je asi už dávno pryč, protože se ukázalo, že takových dětí je jen 8%, ale naproti tomu je chvályhodné, že 33% uvedlo, že si půjčuje v knihovně. 33% nedostává vůbec a alespoň jako občas se z knihy raduje 26%. Jeden žák uvedl, že si knihy kupuje sám.

ZÁVĚR

Od našeho dětství audiovizuální média nesmírně změnila celý náš způsob života. Nese to sebou mimo jiné vážné nebezpečí pro duševní a mravní vývoj dětí. Televizní kanály, kina, herny s počítačovými hrami i stránky s časopisy jsou z velké části ovládány honbou za ziskem a za popularitou. Největší hrozbou představuje pro děti mediální násilí, jednak proto, že předváděné scény bývají příliš krvavé a kruté, a jednak proto, že nespravedlivé zločinné násilí ve filmech vítězí a bývá líčeno se sympatií.

Masová kultura, do které média patří, však nepůsobí je na děti. Často jsou pod jejich silným vlivem i rodiče. Základ diváctví leží ve výchově a především v rodině. Takže nejvíce záleží na rodičích, kolik času děti před televizními obrazovkami stráví a jaké pořady budou sledovat. V rodině se formují a utvrzují návyky správného nebo nesprávného diváctví. Rodiče by měli mít přehled, jak jejich dítě tráví volný čas, co ho zajímá. Je důležité, aby si rodiče dokázali udělat čas na hovor s dítětem, aby zjistili, zda dítě danému pořadu rozumí, zda ho správně pochopilo. Je také důležité, aby dítě pochopilo, že ne vše, co je v televizi je správné. Proto je na rodičích, aby dítě pochopilo, co je správné a co je žádoucí.

Při výchově správného diváka se může samozřejmě podílet i škola. K hlavním úkolům učitele při výchově k rozumnému užívání médií patří osvěta, předávání informací rodičům, účelné využívání televize při výuce, účinné vyjadřování postojů k mediálnímu násilí, pornografii a kýchci.

Cílem tedy není zákaz televize, zákaz nevhodných pořadů, ale naopak, cílem je naučit se s televizí žít, naučit se ji ovládat, naučit se s ní vycházet a snažit se to také naučit naše děti.

SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY

- BLAŽEK, B. *Tváří v tvář obrazovce*. 1. vyd. Praha: Slon, 1995. ISBN 80-85850-11-7.
- DEFLEUR, M. *Teorie masové komunikace*. 1. vyd. Praha: Karolinum, 1996. ISBN 80-7184-09-8.
- GAVORA, P. *Úvod do pedagogického výzkumu*. Brno: Paido, 2000. ISBN 80-85931-79-6.
- GRECMANOVÁ, H. a kol. *Obecná pedagogika II*. Olomouc: Hanex, 2003. ISBN 80-85753-24-X.
- HOFBAUER, B. *Děti, mládež a volný čas*. Praha: Portál, 2004. ISBN 80-7178-927-5.
- JIRÁK, J., KOPPLOVÁ, B. *Média a společnost*. Praha: Portál, 2003. ISBN 80-7178-697-7.
- KRAUS a kol. *Člověk, prostředí, výchova*. Brno: Paido, 2001. ISBN 80-7315-004-2.
- KRAUS, W. *Televize – nový kontinent: Kultura nebo chaos?* 1. vyd. Praha: Československá televize, 1991. ISBN 80-85005-02-6.
- KUNCZIK, M. *Základy masové komunikace*. 1. vyd. Praha: Karolinum, 1995. ISBN 80-7184-134-X.
- KURIC, J. *Ontogenetická psychologie*. Brno: Akademické nakladatelství CERM, s.r.o., 2000. ISBN 80-214-1844-3.
- LANGMEIER, J., KREJČÍŘÍKOVÁ, D. *Vývojová psychologie*. 2., aktualizované vydání. Praha: Grada Publishing, a.s., 2006. ISBN 80-247-1284-9.
- Mc LUHAN, M. *Jak rozumět médiím*. 1. vyd. Praha: Odeon, 1991. ISBN 80-207-0269-2.
- MUSIL, J. *Úvod do sociální a masové komunikace*. 1. vyd. Praha: UJAK, 2005. ISBN 80-86723-10-01.
- PETŘÍKOVÁ, J., ŠTĚPÁNEK, D. *Média – prostředky transferu informací*. 1. vyd. Brno: Masarykova univerzita, 1998. ISBN 80-210-1992-1.
- PRŮCHA, J. a kol. *Pedagogický slovník*. Praha: Portál, 2009. ISBN 978-80-7367-546-2.
- RHEINWALDOVÁ, E. *Rodičovství není pro každého*. 1. vyd. Florenc, 1993. ISBN 80-901338-4-3.

SAK, P. *Člověk a vzdělání v informační společnosti*. 1. vyd. Praha: Portál, 2007. ISBN 978-80-7367-230-0.

SLEPIČKOVÁ, I. *Sport a volný čas. Vybrané kapitoly*. Praha: Karolinum, 2005. ISBN 80-246-1039-6.

SPOUSTA, V. et. al. *Metody a formy výchovy ve volném čase*. Masarykova univerzita v Brně, Pedagogická fakulta 1996, ISBN 80-210-1275-7.

VÁGNEROVÁ, M. *Vývojová psychologie*. 1. vyd. Praha: Portál, 2000. ISBN 80-7178-308-0.

VYBÍRAL, Z. *Psychologie lidské komunikace*. 1. vyd. Praha: Portál, 2000. ISBN 80-7178-291-2.

ZEMAN, J. *Ve spárech reklamy*. Praha: Grada, 1994. ISBN 80-7169-097-X.

Internetový zdroj

Naše dítě. *Naučte své dítě být opatrným uživatelem internetu..* [online].© 2011, [cit. 2011-03-23]. Dostupný z <http://www.nasedite.cz/webmagazine/home.asp?idk=175>

SEZNAM TABULEK

Tab. 1 Pohlaví.....	34
Tab. 2 Bydliště.....	34
Tab. 3 trávení volného času.....	35
Tab. 4 Umístění televize.....	36
Tab. 5 Čas strávený u televize.....	36
Tab. 6 Denní čas na internetu.....	37
Tab. 7 Televizi sleduji.....	38
Tab. 8 Důvod sledování televize.....	38
Tab. 9 Televizní žánr.....	39
Tab. 10 Rodiče se mnou o pořadech mluví.....	40
Tab. 11 Výběr pořadů.....	41
Tab. 12 Přínos médií.....	42
Tab. 13 Vliv médií na mezilidské vztahy.....	42
Tab. 14 Je zákaz internetu trest?.....	42
Tab. 15 Je zákaz televize trest?.....	43
Tab. 16 Činnost před spaním.....	43
Tab. 17 Druh četby.....	44
Tab. 18 Knihy.....	44

SEZNAM PŘÍLOH

Příloha PI: Dotazník

PŘÍLOHA P I: DOTAZNÍK

Milí žáci, obracím se na Vás s prosbou o vyplnění tohoto dotazníku, který je součástí mé bakalářské práce *Média a děti*. Dotazník je anonymní, proto Vás prosím, abyste odpovídali pravdivě. Jeho obsah a výsledky poslouží pouze k mému statickému zpracování a nebudou nikde zneužity.

Své odpovědi zakroužkujte a doplňte vlastními slovy, kde je to uvedeno.

Děkuji za spolupráci Marcela Plšková

1. Jsem: a) dívka

b) chlapec

2. Trvale bydlím: a) ve městě

b) na vesnici

3. Vyber z těchto možností, při které trávíš nejvíce času:

- a) sledování televize
- b) internet
- c) sport
- d) četba knihy, časopisů
- e) dívám se na filmy na Dvd
- f) hraji videohry, počítačové hry
- g) pomoc v domácnosti
- h) kamarádi
- i) věnuji se osobní zálibě(jaké).....

4. Kde máte umístěnou televizi:

- a) v obývacím pokoji
- b) v kuchyni
- c) v dětském pokoji
- d) v jiné místnosti, uveď v které.....

5. Jak často sleduješ televizi:

- a) pravidelně denně (kolik asi hodin)
- b) několikrát za týden
- c) méně často
- d) nesleduji ji vůbec

6. Na internetu surfuji (průměrně)

- a) méně než hodinu
- b) 1-2 hodiny
- c) 2-4 hodiny
- d) 4-6 hodin
- e) více než 6 hodin
- f) nesurfuji

7. Moje nejoblíbenější webové adresy jsou.....

8. Moje nejoblíbenější pořady v televizi jsou.....

9. Na televizi se většinou dívám:

- a) sám/sama
- b) spíše s matkou
- c) spíše s otcem
- d) s oběma rodiči
- e) se sourozenci
- f) s někým jiným.....

10. Proč se díváš na televizi?:

- a) chci sledovat určitý program
- b) jsem sám/sama a rodiče na mě nemají moc času
- c) z nudy, nemám co dělat
- d) jiný důvod, jaký.....

11. V televizi sleduji:

- a) pohádky
- b) soutěžní pořady
- c) horory
- d) hudební pořady
- e) akční filmy
- f) erotické pořady
- g) sportovní pořady
- h) romantické-zamilované filmy
- i) přírodopisné pořady
- j) jiné, jaké.....

12. mluví s tebou rodiče o pořadech v televizi:

- a) ano, napiš o kterých
- b) někdy
- c) nikdy

13. Vybíráš si pořady sám, nebo ti je někdo doporučuje:

- a) sleduji jen to, co zajímá mě
- b) sleduji hlavně to, co mně doporučí rodiče
- c) sleduji jen to, co mně rodiče dovolí
- d) některé pořady sleduji na doporučení učitele

14. Počítač a televize mi přináší:

- a) informace
- b) zábavu
- c) vzrušení
- d) vyplňuje mi volný čas
- e) odreagování
- f) něco jiného, co.....

15. Podle mého názoru ovlivňuje internet a televize vztahy mezi lidmi:

- a) k lepšímu
- b) k horšímu
- c) vůbec
- d) nevím

16. Zákaz surfování na internetu považuji za trest:

- a) ano
- b) ne

17. Zákaz sledování televize považuji za trest:

- a) ano
- b) ne

18. Co děláš před spaním:

- a) sleduji TV
- b) čtu si
- c) učím se
- d) poslouchám hudbu

e) něco jiného

19. Mým nejoblíbenějším pořadem je.....

20. Čteš více:

- a) časopisy
- b) knihy
- c) nečtu vůbec

21. Knihy: a) dostávám pravidelně jako dárek

- d) dostávám pouze občas
- e) nedostávám
- f) půjčuji si v knihovně