

UNIVERZITA PALACKÉHO V OLOMOUCI
CYRILOMETODĚJSKÁ TEOLOGICKÁ FAKULTA

Katedra křesťanské výchovy

Sociální pedagogika

Bc. Pavla Truksová

**Mediální chování dětí základní školy na základě
vlivu rodinného prostředí**

DIPLOMOVÁ PRÁCE

Vedoucí práce: Mgr. Milena Öbrink Hobzová, Ph.D

2019

Prohlášení:

Prohlašuji, že předložená diplomová práce je mým původním autorským dílem, které jsem vypracovala samostatně. Veškerou literaturu a další zdroje, z nichž jsem při zpracování čerpala, v práci řádně cituji a jsou uvedeny v seznamu použitých zdrojů.

V Olomouci dne

Bc. Pavla Truksová

Poděkování

Na tomto místě bych ráda poděkovala Mgr. Mileně Öbrink Hobzové, Ph.D za cenné rady a podporu při psaní této práce

Obsah

Úvod.....	6
1 Masová média	8
1.1 Masová média ve společenském kontextu	9
1.2 Televize jako příklad tradičního masového média.....	12
1.3 Význam masmédií (televize) v sociálním procesu jedince	15
1.4 Stručný vývoj televizního vysílání v naší společnosti.....	19
2 Rodina a média.....	23
2.1 Mediální výchova v rodině	23
2.2 Mediální gramotnost rodičů a dětí	28
2.2.1 Postoje k médiím a dostupnost médií v rodinném prostředí	30
2.2.2 Televize jako „součást rodiny“	32
2.3 Mediální výchovné styly	34
3 Dětské televizní diváctví v rodinném prostředí	37
3.1 Charakteristika a vývoj v období dospívání.....	38
3.2Vliv televizní produkce na vývoj osobnosti dítěte	41
3.3Vliv televizní reklamy na potřeby dítěte.....	44
3.4 Čas a volba televizních pořadů v rámci rodiny	46
3.5 Televizní rituály a stereotypy v rodinném prostředí	49
4 Vlastní výzkumné šetření – případové studie	51
4.1 Výzkumný problém	54
4.2 Cíl výzkumu	54
4.3 Výzkumné otázky	54
4.4 Cílová skupina, popis sledovaných jedinců	55
4.5Způsoby sběru dat a technika analýzy	56
4.6 Etické otázky výzkumu	59
5 Případové studie	61
5.1 Případová studie – Kristýna.....	61
5.1.1 Výstupy a diskuze.....	64
5.2 Případová studie – Dominik	66
5.2.1 Výstupy a diskuze.....	68
5.3 Případová studie – Klára	71
5.3.1 Výstupy a diskuze.....	74

5.4 Shrnutí případových studií.....	76
Závěr	79
Seznam použitých zdrojů:	81

Úvod

Média jsou důležitou součástí našich životů a jejich význam ve společenském měřítku neustále stoupá, stejně tak jako jejich rozšíření mezi populaci všech věkových kategorií. Dá se konstatovat, že nejvíce zasaženou skupinou společnosti jsou zejména děti. Diplomová práce se věnuje dětem staršího školního věku, konkrétně jedináčkům a jejich rodinám.

Cílem práce je nalézt možné odpovědi na otázku, zda má rodinné prostředí a styly výchovy vliv na volby mediálních obsahů dětí ve věku od 11 – 15 let, zároveň zda úplnost rodiny a sociální zázemí ovlivňují, jaké obsahy děti preferují.

Práce obsahuje pět kapitol, přičemž první tři se věnují teorii a další dvě popisují vlastní výzkumné šetření. Teoretická část popisuje vznik masových médií ve společnosti, dále jejich význam, definici a vývoj. Zabývá se masovými médii ve společenském kontextu, zejména jejich význam pro dětskou populaci. Je zde popsán vliv masových médií na společnost jako celku a významné teorie tohoto vlivu a utváření. Dále je zde uvedena televize jako příklad klasického masového média a její vývoj.

Další část v první kapitole se věnuje významu masmédií (televize) v procesu jedince v minulosti a v současnosti, popisuje význam socializace jako takové a působení rodiny v tomto procesu. Dále základními funkcemi výchovy a výchovnými styly. Je zde zmíněn nárůst vlivu televize na chování dětí, s důrazem na zvyšující se agresivitu.

Druhá kapitola popisuje význam rodiny v oblasti mediálního působení na dítě, zabývá se mediální výchovou v rodinném prostředí, její uplatňování, její styly a využívání nástrojů ze strany rodičů v rámci mediální výchovy. V této kapitole je také uvedena část, zabývající se mediální gramotností rodičů a jejich dětí, postoje k médiím, k jejich obsahům a dostupnosti v rámci rodinného prostředí.

Diváctví v rodinách se věnuje třetí kapitola, kde je popsáno konkrétní období dospívání a působení televizní produkce na děti právě v tomto období, přičemž nejvíce diskutovanými tématy je agrese a násilí. Součástí této kapitoly je popis reklamy a její vliv na potřeby dětí. Dalším tématem jsou jednotlivé pořady v televizním vysílání, jejich rozdělení, čas trávený jednotlivci u televize, stejně tak popis jednotlivých situací při sledování

televizních pořadů. Poslední část třetí kapitoly se zabývá televizními rituály a stereotypy a jejich vlivu na dětské televizní diváctví.

Cílem výzkumu v praktické části je pochopit, jaký vliv má rodinné prostředí na volbu televizních obsahů u dětí jedináčků staršího školního věku. Vybrány jsou děti ve věku 13, 14 a 15 let z různých typů prostředí. Snahou je pochopit jednotlivé interakce v rodinách a jejich způsoby mediální výchovy. Výzkumné šetření proběhlo prostřednictvím tří případových studií. Jednotlivé případy popisují chování dětí v závislosti na jejich rodinném prostředí. Záměrem výzkumu je porozumět výchově ve vybraných rodinách a vztahům mezi jednotlivými členy v závislosti na volbě televizních obsahů. Mezi využití metody patří polostrukturovaný rozhovor, který obsahuje otevřené i uzavřené otázky a pozorování v přirozeném prostředí. Jedná se o nezúčastněné, strukturované pozorování, které umožní získat informace a data bez přímého kontaktu. Prostřednictvím této metody lze zjistit skutečné projevy zkoumaných osob.

1 Masová média

Média mají nezastupitelné role a mnohdy plní významné společenské funkce. Některá z nich zapříčinila rozšíření uměleckého vyjádření. Mezi základní funkce patří informativní, vzdělávací, přesvědčovací, zábavní a také estetická.¹

Masová média mají základní společné znaky, jsou populární, obsahově univerzální a jsou veřejné. Velkou roli hraje také jejich dostupnost. Tato média produkují obsahy aktuálně, pravidelně a v rychlých časových úsecích nebo také průběžně, jako to je u tisku, televizního či rozhlasového vysílání.²

Užití masových médií je spjato se sociální komunikací. Média se významně podílí na socializaci člověka, tedy uplatňují se v okamžiku, kdy jedinec se začleňuje do společnosti. Tento proces se odehrává jako komunikační aktivita. V tomto ohledu masová média jsou ojedinelá a to z důvodů, že se vyskytují každý den několik hodin a pronikají do všech domácností.³

Na tisk, rozhlas, televizi i internet lze pohlížet jako na samozřejmou součást našich životů, ale také jako na měnící se projev sociální komunikace. Masová média se podílí na utváření společnosti, podílí se na ekonomickém, politickém a kulturním dění.⁴

Základní periodizace vývoje médií:

1. Vznik tisku a předchůdci periodického tisku (do počátku 17. století) – za klíčový moment se považuje Gutenbergův vynález knihtiskařského lisu v polovině 15. století. Tento vynález přišel v době, kdy společnost hledala cestu z omezení vycházejících z feudalismu. Začaly se objevovat první nástroje veřejné komunikace jako například letáky, jednolísté tisky, ručně psané noviny. Dalším významným momentem byl postupný rozvoj pošty.
2. Vnik a vývoj periodicky vydávaného tisku (17. století) – Na počátku 17. století se začaly vydávat noviny v tištěné formě v pravidelných intervalech.
3. Diferenciace tištěných periodik (18. století) – V této době se tisk stával prostředkem k boji o politickou moc. To vše se dělo v důsledku urbanizace

¹JEŽEK, V., JIRÁK, J. *Média a my*. 2014, s. 21.

²JIRÁK, J., KÖPPLOVÁ, B. *Masová média*. 2., přepracované vydání. 2015, s. 19.

³Tamtéž, s. 21.

⁴JIRÁK, J., PAVLIČÍKOVÁ, H. *Média pod lupou: (mediální výchova jako téma celoživotního vzdělávání)*. 2016, s. 20.

vzrůstu vzdělanosti, rozšířením idejí a ekonomická a politická emancipace měšťanstva.

4. Rozvoj politického tisku, jako politického fenoménu (19. století) – toto století se vyznačuje mnohými vynálezy jako telegraf, fotografie, telefon, psací stroj, elektrické osvětlení, film, lokomotiva, rentgenové záření, bulvární tisk, moderní časopisy, reklamní agentury, aj. Tisk byl pojat jako politické odvětví. Ve třicátých letech se objevují noviny s vyšším nákladem.
5. Rozvoj a nástup elektronických médií (20. století) – média se v tomto období aktivně zapojovala do politického života „století propagandy“. Média se stala součástí každodenního života člověka a byla vnímána jako součást kultury.
6. Vznik a rozvoj digitálních médií (poslední desetiletí 20. století až po současnost) – nástup a rozvoj internetových médií. Došlo k rozvoji telekomunikací a počítačových sítí. Došlo k urychlení přenosu dat, což vedlo k oslabení některých „tradičních“ médií, jako je rozhlas či televizní vysílání.⁵

1.1 Masová média ve společenském kontextu

Masovými médii se rozumí zejména tisk, rozhlasové a televizní vysílání a internet. Obzvláště internet je v poslední době rozšířen a to v podobě zpravodajských portálů, servery typu YouTube, také řada autorských blogů, popřípadě sociálních sítí Facebook. Jde o historicky a společensky podmíněné formy komunikace, jejichž rysem je:

- Prostřednictvím technických, organizačních a distribučních možností jsou dostupné velkému počtu uživatelů.
- Nabízí obsahy, které mohou uživatelé účelně využívat.
- Obsahy jsou nabízeny pravidelně a průběžně.
- Tento způsob komunikace vychází z potřeb a zájmů společnosti.⁶

Rozvoj a nástup masových médií je spojen s procesy urbanizace a industrializace, dále s procesem demokratizace společnosti a uvědomováním si národní identity, tedy s moderním nacionalismem.⁷

Na vývoj masových médií se podílely společenské a politické podmínky, které jsou v jednotlivých částech světa specifické a také jisté organizační a technologické proměny.⁸

⁵ Tamtéž, s. 61.

⁶ JIRÁK, J., KÖPPLOVÁ, B. *Masová média*. 2., přepracované vydání. 2015, s. 18.

⁷ BEDNAŘÍK, P., JIRÁK, J., KÖPPLOVÁ, B. *Dějiny českých médií: od počátku do současnosti*. 2011, s. 16.

⁸ Tamtéž, s. 14.

Základními rysy masových médií jsou:

- Fyzická i psychická dostupnost neomezenému množství příjemců a užívání produkce velkým počtem uživatelů.
- Vyrábět velký počet kopií, šířit signál po velkém území.
- Nabídka velkého a širokého množství obsahů, které jsou srozumitelné většině příjemců.
- Aktualizace, obměňování a atraktivizace produkce.⁹

Moderní společnost je spjata s rozvojem masové komunikace a masových médií v období průmyslové revoluce v první polovině 19. století. Vzniká řada změn, ve kterých masová komunikace působila jako „spojující článek“.¹⁰

Nástup moderní společnosti byl spojen s industrializací, urbanizací a popření tradičních sociálních vazeb. Začaly převažovat vztahy, které byly postavené na základě smluv a formálních dohod. Fungování společnosti záviselo na koordinaci. Moderní společnost dychtila po nových informacích, zábavě a provázel ji růst základních gramotností.¹¹

Ve 20. století vzniká řada teorií masové společnosti, kdy převládá představa, že média mají značný vliv. Tyto úvahy vychází z válečné propagandy a obliby kinematografie a rozhlasu. Podle těchto teorií dochází k izolovanosti jedince, k přetrhání tradičních vazeb. Člověk se stává bezbranný vůči médiím. Tuto skutečnost lze charakterizovat jako standardizaci mediálních produktů, homogenizace mediálních sdělení a chápání publika jako neindividuální masy.¹² Existují dvě příznačné teorie:

Teorie zázračné střely – Tato teorie říká, že každá komunikační akce vyvolává okamžitou silnou a předpokládanou reakci. Mnohdy lze hovořit přímo o „panice“, kterou média mohou vyvolat svými extrémními obsahy u publika.

Kultivační teorie – Zmíněná teorie uvádí, že média se podílí na sblížování odlišných společenských a kulturních skupin. Protipólem této teorie je vytváření imunity vůči násilí a přílišné zjednodušování.¹³

Médiím se připisovala schopnost tvořit postoje, názory příjemců sdělení a to ve velké míře. Publikum bylo v rukou těch, kdo vlastnil média a vytvářel mediální obsahy.¹⁴

⁹Tamtéž, s. 16.

¹⁰KAPOUN, P. *Média – obsahy, publika, účinky*. 2011, s. 54.

¹¹Tamtéž, s. 54.

¹²Tamtéž, s. 54.

¹³Tamtéž, s. 55.

V prvních desetiletí 20. století bylo typickým prvkem společnosti zbavení tradičních vazeb, tím se lidé stávali více izolovanějšími. Byli taktéž podřízeni tlakům trhu. Lidé byli tímto způsobem ovlivňováni masovými médii. Následkem byl úpadek v hodnotovém systému společnosti, degeneraci úsudků a myšlenkový úpadek. Tak vznikla masová společnost a její masová kultura. Masová média byla považována za důležitou podmínku rozvoje masové kultury. Kritici masových médií vycházeli z pocitu, že média oslabují tradiční kulturní projevy masovým charakterem mediálního sdělení. Potlačuje se umělecká stránka a podporuje masová spotřeba zboží.¹⁵

Autoři Jiráček a Köpplová uvádějí myšlenky francouzského vědce Jeana Baudrillarda, který vytvořil koncept spotřební společnosti a uvádí, že média se podílí na utváření této společnosti především zpracováním spotřebního chování a jejich významů.¹⁶

Koncept masové společnosti má také své kritiky. Někteří z nich tvrdí, že nelze masovou společnost vnímat na základě množství příjemců, ale na základě toho, že produkty jsou dostupné velkému množství rozdílných příjemců.¹⁷

Masová společnost byla považována za charakteristický typ moderní společnosti a lze ji definovat následujícími rysy:

- Jedinci se dostávají díky většinovému životnímu stylu do jisté psychické izolace od okolí.
- Mezi lidmi převažuje formálnost a neosobnost.
- Jako neefektivní se považuje empatie, solidarita a osobitost.¹⁸

Jiráček a Köpplová odkazují na Riesmana, který nechápe masovou společnost jako izolovanou, ale jako společnost zvenku řízenou. Společnost, v níž „*tlak, který vyvíjí škola a skupina vrstevníků, dále posilují a udržují hromadné sdělovací prostředky: film, rozhlas, obrázkové seriály a vůbec všechny prostředky zábavné kultury*“.¹⁹

Současná masová společnost je spojena s masovými médii, to se také do značné míry projevilo v nekritickém obdivu některých filmových hvězd, davovou hysterií některých

¹⁴LOKAJ, Z. *Média a realita*. 2007, s. 28.

¹⁵JIRÁK, J., KÖPPLOVÁ, B. *Masová média*. 2., přepracované vydání. 2015, s. 88.

¹⁶Tamtéž, s. 88.

¹⁷Tamtéž, 88-89.

¹⁸BURTON, G., JIRÁK, J. *Úvod do studia médií*. 2003, S. 324-325.

¹⁹Tamtéž, s. 90.

emocionálních projevů a čekáním velkého množství televizních diváků u obrazovek na další díl seriálu. To vše vzalo za své s počítačem a internetovým připojením, jehož výskyt je ve většině domácností. Nejprve by se dalo říci, že typické projevy masové společnosti jsou již pryč. Ale opak je pravdou a to v důsledku proniknutí reklamy, marketingu a davového chování na internetu prostřednictvím sociálních sítí.²⁰

Proces digitalizace probíhající ve společnosti v posledních letech přispěl k rozvoji mediálních technologií. Tyto technologie se mezi sebou „sbližují“, možnosti jejich využití stoupají a ceny naopak klesají, což vede k jejich rozšiřování mezi lidmi. Důsledkem je využívání těchto technologií převážně mladší generací.²¹

Mediální produkty v současné medializované společnosti se stávají obzvláště pro dětskou populaci velmi oblíbené. Tyto produkty slouží také jako reklama. Jako příklad lze uvést produkce filmu ze studia Walta Disneyho. Děti mají k dispozici různé produkty propagující filmy. Jedná se o trika, penály, ozdoby, oblečení, aktovky. Producenti mediálních organizací tvoří více a více pořadů pro dětské diváky, z nichž vznikají lákavé reklamy a zvyšující se potřeby dětí vlastnit produkty vycházející z těchto filmů. Tyto organizace se zcela přizpůsobují potřebám současných dětí.²²

1.2 Televize jako příklad tradičního masového média

Televize je médiem monologickým. Informace jdou jedním směrem a příjemce nemá možnosti vysílání ovlivňovat. Při sledování televize se záměrně odprostíme od každodenní reality a naopak pronikáme do „mediované reality“.²³ Televize je zejména komerčním médiem. Tento fakt vystihuje výrok ředitele jedné komerční televizní stanice, který tvrdí: *„Budete-li k tomu přistupovat intuitivně, proděláte všechno. Co se vám líbí, je nepodstatné. Jen racionální nelítostná čísla, zejména skladba cílových skupin, kterou osloví“*.²⁴

Důležitým faktorem oblíbenosti televize je její dostupnost a její rozšíření ve všech skupinách. I malé dítě může televizi sledovat a to i tehdy, když téměř nerozumí mluvenému

²⁰Tamtéž, s. 90.

²¹IRÁK, J., PAVLIČÍKOVÁ, H. *Média pod lupou: (mediální výchova jako téma celoživotního vzdělávání)*. 2016, s. 42.

²²Tamtéž, s. 44.

²³NIKLESOVÁ, E. *Teorie a východiska současné mediální výchovy*. 2007, s. 55.

²⁴Tamtéž, s. 56.

slovu a sleduje pouze pohyb obrazu. Proto množství, které dítě tráví již od útlého věku u televizních obrazovek, mohou ovlivnit rodiče a jejich způsob mediální výchovy.²⁵

Televize byla nejprve chápána jako „rozhlas s obrazem“. Lze říci, že byla vnímána jako technologické rozšíření rozhlasu. Na počátku v televizním vysílání byla celá řada převzatých rozhlasových pořadů. Přebírala na sebe řadu funkcí tisku, jako například žurnalistické pořady, zároveň se podílela se na veřejném a politickém životě. O televizi se v minulosti hovořilo jako o „novém umění“ a to zvláště v 60. letech minulého století.²⁶

Za průkopníka televizního vysílání v Československu lze považovat ve 30. letech 20. století Jaroslava Šafránka. Tento experimentální fyzik Univerzity Karlovy v Praze v roce 1935 dokončil televizní aparaturu, jejíž princip fungování byl postavený na mechanickém rozkladu televizního obrazu. Výsledek prezentoval veřejnosti prostřednictvím dvouměsíčního turné. Šafránek publikoval řadu článků o televizi. První pokusný televizní přijímač začal fungovat v roce 1938. Ovšem k zahájení vysílání nedošlo. Vysílač šířil pouze krátké vlny.²⁷

Po vyhlášení protektorátu se v roce 1939 nacisté snažili ovlivňovat veřejné mínění, chtěli ovlivnit názory všech obyvatel. V této situaci vznikly tři typy médií: legální média, která byla řízená okupační správou, jednalo se o legálně vycházející tituly, filmový průmysl a rozhlasové vysílání. Dále ilegální tiskoviny šířené odbojem a nakonec média působící ze zahraničí.²⁸

V letech 1948-1989 byla tisku, filmu i televizi přiřknuta role politicky výchovného, formativního a persvazivního činitele. Vznikla snaha vytvořit centralizovaný systém mediální komunikace a jejího řízení, které bude schopné šířit stejné ideje celé společnosti.²⁹

Vysílání současné televize je zcela odlišné od způsobů vysílání před nástupem nových technologií. V první řadě se jednalo o výběr a to jak v množství programů, tak různorodosti žánrů a jiných obsahů. Vhodnost pořadů pro děti a mládež byla zřetelně označena a všichni se tak mohli lépe orientovat. Česká média prodělala zásadní strukturní, obsahovou i ekonomickou transformaci, která začala téměř okamžitě v listopadu roku 1989 a

²⁵Tamtéž, s. 56.

²⁶BEDNAŘÍK, P., JIRÁK, J., KÖPPLOVÁ, B. *Dějiny českých médií: od počátku do současnosti*. 2011, s. 18.

²⁷ Tamtéž, s. 182.

²⁸JEŽEK, V., JIRÁK, J. *Média a my*. 2014, s. 59.

²⁹Tamtéž, s. 63.

to na základě změny obsahového a hodnotového naladění médií, a tím došlo k oslabení vazeb na stát.³⁰

Některé z charakteristických prvků současné televize, jak je uvádí Korda:

- Změna množství coby do počtu TV v domácnostech – v posledních desetiletích se zvýšil počet televizních přijímačů téměř v každé domácnosti. Je tedy patrný odklon od rodiny, která sledovala televizi společně v obývacím pokoji. V současnosti jsou k dispozici různé přehrávací techniky a interaktivní divácké praktiky. Televizní obrazovka se objevuje nejen v domácnostech, nýbrž se s nimi můžeme setkat ve vlacích, autobusech, restauracích, čekárnách, školních učebnách, apod.
- Velká segmentace publik – díky vzniku velké konkurence v této oblasti jsou diváci spíše rozděleni na menší skupiny, které jsou zastánci různých kanálů a pořadů. Na tomto základě je pak postavena marketingová strategie televizních stanic. Ti nabízí svému publiku produkty a na ně je také mířena reklama.
- Vzrůstající kulturní a umělecká legitimita televize – protože došlo ke zlevnění počítačových efektů, produkce si může dovolit vyšší hodnoty pořadů. Tímto se také klade větší důraz na televizní styl.
- Paralelní existence flowTV – tento prvek lze charakterizovat tak, že diváci pořady nesledují, nýbrž sledují jen televizi.
- Živá televize a její hodnoty – díky nástupu mobilních telefonů, internetu, sociálních sítí došlo ke zvýšení interaktivity, na které je postavený vztah mezi divákem a médiem. Tzv. „architektura divácké participace v současné mediální kultuře“ je prostředníkem k získání oddaného publika. Tedy živé vysílání je velmi důležitým komunikačním elementem. Příkladem jsou zpravodajství či sport.
- Tradiční žánry a hybridizace – v televizním vysílání se objevují tradiční pořady, jako například sitcom, soap opera, sci-fi nebo sportovní přenosy. Tedy televize nabízí řadu neměnných pořadů na straně jedné a také nabízí míchání žánrů, experimentuje a vznikají hybridní formáty na straně druhé.

³⁰JEŽEK, V., JIRÁK, J. *Média a my*. 2014, s. 40.

- Posouvání estetických norem – řada menších publik začíná být náročnější na televizní pořady, a proto jsou ochotni zaplatit za tyto služby. Například platbou prémiových kanálů nebo nákupů epizod. Na základě požadavků náročnějšího publika producenti dávají důraz na preciznější práci s filmovým stylem. Zvýšila se také kvalita záznamů a její technologie. Televize také se více otvírá v oblasti násilí, sexu, negativních hrdinů.
- Televizní stanice postavené na vysoce kompetitivním mediálním trhu – mediální trh bojuje o své příznivce, proto televize musí často experimentovat, například povaha TV pořadů.
- Multiplatformita televize, konvergence médií – vznikají webové stránky pořadů, počítačové hry, internetové kvízy, ankety, encyklopedie v elektronické podobě, soundtracky, aplikace pro mobilní telefony. Dochází ke konvergenci, tedy slučování mediálních typů. Pořad najednou je schopen procházet jak v televizi, tak na internetu, osobním přehrávačem, telefonem a jinými platformami a tím uspokojuje více potřeb diváků.³¹

V dnešní době je trendem cílení na specifická publika s různými zájmy. Jedná se o vysílání pro největší počet lidí až po specifické kanály mířící na konkrétní publika. Jedná se zejména o kanály věnované dokumentárním filmům, hudební kanály a historické dokumenty.³²

1.3 Význam masmédií (televize) v sociálním procesu jedince

Jiráek a Pavličíková odkazují na Valkenburga, který poukazuje na rozdílné pohledy k dětem v minulosti a po nástupu modernity. Do 18. století postoj k dětské populaci se nijak zvlášť nelišil od postojů k dospělým. Neexistovala například žádná dětská literatura. Účastnily se všech strastí života stejně jako dospělí. Až se vznikem moderní společnosti se na dětství pohlíželo zcela jinak. Děti se začaly chránit, dospělí jim chtěli vytvořit šťastné a bezstarostné dětství. V první polovině 20. století byly děti chráněny před světem dospělých. V druhé polovině 20. století se začíná objevovat trend ve výchově, kdy rodiče často jednají s dětmi velmi liberálním způsobem, kdy mají tendenci děti více konfrontovat s reálným životem. Otevírají se doposud uzavřená témata, jako například sexuální tematika, smrt, či rozpad rodin. Tato otevřená témata se také dostávají do mediálních obsahů, které jsou dětem

³¹KORDA, J. *Úvod do studia televize I*. 2014, s. 54-56.

³²CHLUMSKÁ, E. *Úvod do mediálních studií*. 2013, s. 19.

zcela přístupné. Dochází tak postupně ke smazávání rozdílů mezi dětským a dospělým světem. Příčinou je rozšíření televizních přijímačů do většiny domácností. Děti se tak dozvídají tímto způsobem řadu informací z dospělého světa. Brzy se začínají chovat jako dospělí a vyžadují stejná práva, ovšem nikoliv povinnosti.³³

Důsledkem dané situace je odklon od nukleární rodiny, kde jsou jasně určené role jednotlivých příslušníků, jakože muž zabezpečuje rodinu materiálně a ekonomicky a žena se stará o domácnost a pečuje o děti. V současnosti jsou většinou zaměstnání oba rodiče, stále častěji se vyskytují neúplné rodiny, kdy pouze jeden rodič musí ekonomicky zabezpečovat celou domácnost. Tato situace často vede k tomu, že rodič nemá dostatek času na své potomky a také tímto způsobem ztrácí přehled o jejich využívání volného času. V rodinách se také více vyjednává a rodiče jsou shovívavější. Když se tedy spojí otevřenost rodičů a nedostatek času, tato situace vede ke zvyšující se mediální konzumaci jejich dětí.³⁴

Stašová, Slaninová a Junová uvádí myšlenky Giddense, který chápe socializaci jako proces člověka od fáze bezmocného novorozence, až po člověka, který si uvědomuje sám sebe a zároveň se orientuje ve vlastní kultuře. Jde tedy o vrůstání jedince do společnosti, což se děje prostřednictvím rodiny, přátel, kolegů, vrstevnické skupiny, apod.³⁵

V průběhu socializace se stává z člověka osobnost, která reaguje na změny ve svém okolí, splňuje očekávání druhých, přijímá role. Vzhledem k tomu, že socializace je celoživotní proces, lze na ni pohlížet odlišně v každém období. V tomto kontextu je důležitý pojem „sociální kreativita“. V této kreativitě se odráží způsob uchopení životních událostí a způsob životního stylu. Jedinec je nucen v postmoderní společnosti se aktivně vyrovnávat s novými situacemi, reagovat na nové typy osobností, sociálních skupin a i vlivu prostředí přesto, že nemá dostatek zkušeností.³⁶

V procesu socializace jsou hodnoty přenášeny nejenom rodiči, ale i školou, církví a jinými vzdělávacími institucemi v procesu výchovy. Mezi těmito zprostředkovateli kulturních hodnot je stále důležitější televize a reklama.³⁷ Socializace je tedy úzce spojena s výchovou. Zahrnuje všechny záměrné i nezáměrné vlivy. Jak již bylo zmíněno, prostřednictvím

³³JIRÁK, J., PAVLIČÍKOVÁ, H. *Média pod lupou: (mediální výchova jako téma celoživotního vzdělávání)*. 2013, s. 41.

³⁴Tamtéž, s. 41-42.

³⁵STAŠOVÁ, L., SLANINOVÁ, G., JUNOVÁ, I. *Nová generace: vybrané aspekty socializace a výchovy současných dětí a mládeže v kontextu medializované společnosti*. 2015, s. 7.

³⁶Tamtéž, s. 8.

³⁷SVĚTLÍK, J. *Dítě a reklama. Odborná konference s mezinárodní účastí – Zlín 28. Května 2003*. 2003, s. 9.

socializace se formuje a roste osobnost pod vlivem vnějších podnětů a lidských činností. Výchovu lze definovat jako záměrné působení na vychovávaného vychovávajícím subjektem. Výchovu ve vztahu k socializaci lze konstatovat jako proces řízené socializace. Stejně tak výchova vychází z podmínek společnosti, ve které žijeme. Základním úkolem výchovy je tedy kultivovat jedince, ale i celou společnost. Mezi základní funkce výchovy patří:

- Translačně-transformační – obohacování kultury pomocí výchovy a vzdělávání.
- Komunikačně-kooperativní – zaměřuje se na mezilidské vztahy, jako je komunikace a spolupráce.
- Socializační – zkvalitňování procesu socializace.
- Kultivační – prostřednictvím této funkce dochází k přijímání informací, které lze využívat dále v praxi.
- Ekonomicko-kvalifikační – příprava budoucí pracovní síly³⁸.

Taktéž výchovné styly, které se uplatňují v rodinách, jsou různé. Například lze uvést:

- Autoritativní styl – tento způsob výchovy uplatňuje bezpodmínečnou poslušnost a podřízenost autoritě, tedy rodičům. Dítě musí za každých okolností uposlechnout příkazům a zákazům autority a to bez výjimek a diskuzí.
- Liberální styl – rodiče ponechávají při této výchově volnost svému dítěti, nikterak jej neomezují a veškerá rozhodnutí nechávají na něm.
- Demokratický styl – nejdůležitějším prvkem při této výchově je respekt dítěte, jeho samostatnost s právem se rozhodnout o vlastním jednání a to vzhledem k věku a k předpokládaným následkům jednání. Dítě musí současně poznávat svou odpovědnost vůči druhým lidem.³⁹

Na celou společnost působí zcela nové prostředí, které všechny formuje jiným způsobem. Hovoříme o postmoderní pluralitní společnosti, která se projevuje tím, že nejsou

³⁸STAŠOVÁ, L., SLANINOVÁ, G., JUNOVÁ, I. *Nová generace: vybrané aspekty socializace a výchovy současných dětí a mládeže v kontextu medializované společnosti*. 2015, s. 9-10.

³⁹KREJČÍŘOVÁ, D., LANGMEIER, J. *Vývojová psychologie*. 1998, s. 257.

určené typy vzorců, které by měly být hodnoceny pozitivně. Realita a fikce je jen těžko rozlišitelná a komplikovanější jsou normy, deviace, dobro a zlo. Tato společnost nesdílí společnou myšlenku a ideu a naopak staví na pluralitě, změně a pohybu.⁴⁰

Rodiče nejsou schopni kontrolovat masivní mediální zahlcení a virtuální realitu, proto děti by měly být vedeny ke schopnosti rozlišovat skutečnost, porovnávat a kriticky vyhodnocovat. Klade se velký důraz na samostatnost současných dětí, což vychází právě ze změny přístupů ve společnosti. Děti se musí orientovat ve velkém množství podnětů. Tento dosah podnětů se zvyšuje zesilováním a působením komunikačních technologií.⁴¹

Socializační působení médií má krátkodobé a dlouhodobé účinky. Ty krátkodobé lze popsat jako poučení se z poznání určitého chování, které média nabízí, dále imitace pozorovaného chování a změny v emocích, kdy se jedná o tzv. „excitační transfer“. Mezi dlouhodobé účinky lze zařadit observační učení scénářům chování, získávání informací o světě a normách, dále aktivace emocí a nakonec procesy podporující didaktické učení.⁴²

Televize je stejně jako ostatní masová média považována za nejvíce významným socializačním činitelem. Výzkumy potvrzují, že děti se pomocí médií učí a získávají řadu zkušeností a poznatků.⁴³ Ti, co televizní obrazovku zastávají, argumentují její relaxační a terapeutickou silou. Uvádí, že televize je schopna redukovat v jisté míře stres a nabízí možnost se bezpečně „vybouřit“. Odpůrci televiznímu vysílání vytýkají hlavně rozšiřování násilí.⁴⁴ Na základě toho, je nejvíce zkoumanou oblastí působení agrese z mediálních obsahů na chování jedince. Bylo skutečně prokázáno, že děti imitují agresivní chování. Lze tedy uvažovat o médiích jako o spouštěči agrese. Autorka Šedřová uvádí výzkum Huesmana, který prokázal vzájemný vztah mezi sledovanými agresivními pořady ve 3. třídě základní školy a agresivním chováním v devatenácti letech. Naopak vztah mezi agresivitou dětí 3. třídy a sledování agresivních obsahů v devatenácti letech se neprokázal.⁴⁵

Předpokládá se, že děti, které tráví více času u televizních obrazovek, často trpí nárůstem agresivity, nereálným posuzováním bolesti, zhoršuje se jejich slovní komunikace, mohou trpět zhoršenou kvalitou spánku, nedostatečnou koncentrací a špatným zrakem. Také

⁴⁰STAŠOVÁ, L., SLANINOVÁ, G., JUNOVÁ, I. *Nová generace: vybrané aspekty socializace a výchovy současných dětí a mládeže v kontextu medializované společnosti*. 2015, s. 18.

⁴¹Tamtéž, s. 19.

⁴²Tamtéž, s. 26-27.

⁴³ŠEŘOVÁ, K. *Děti a rodiče před televizí. Rodinná socializace dětského televizního diváctví*. 2007, s. 25.

⁴⁴DUBSKÝ, J., MURDZA, K., URBAN, L. *Sociologie médií a veřejného mínění*. 2006, s. 39.

⁴⁵ŠEŘOVÁ, K. *Děti a rodiče před televizí. Rodinná socializace dětského televizního diváctví*. 2007, s. 25-26.

není vyloučena apatie a lhostejnost k podnětům, které děti nejsou schopny adekvátně zpracovat.⁴⁶

Vlivu sledování televize na úspěšnost ve škole je také jedním z diskutovaných témat. Byl prokázán pozitivní účinek edukativních pořadů. Naopak některé výzkumy poukazují na fakt, že děti, které obecně sledují násilné a agresivní pořady, mají slabší výsledky ve škole, než ti, kteří televizi téměř nesledují a jejich výsledky jsou o poznání lepší.⁴⁷

Šeďová odkazuje na Valkenburgovou, která uvádí, že sledování televize potlačuje dětskou představitost. Televize značně ovlivňuje spotřební chování nejenom dětí, ale i dospělých. Například zboží, které propagovala televize, mělo větší odbyt než to nepropagované.⁴⁸

Šeďová také uvádí tvrzení Zillmanna, Bryanta a Hustona, že specifika médií jako socializačních činitelů jsou taková, že děti se s těmito médií setkávají neformálně, mediální obsahy nejsou především určené k edukaci a socializaci, ale naopak jsou mířené k zábavě a k reklamě a nakonec děti se seznamují s médií ve velmi útlém věku, téměř od narození. Tedy zájem producentů není děti učit, přesto je učí. Děti prostřednictvím televize pronikají do světa dospělých, což ubírá jejich dětství. Také rozvojem mediálních technologií rodiče a také ostatní vychovatele, ztrácí svou moc a naopak média mají stále dominantnější postavení. Dalším důležitým aspektem televizní socializace je její nezacílenost, kdy pořady jsou téměř určené všem a děti tak mohou sledovat cokoliv a kdykoliv. Na dětskou populaci je třeba pohlížet jako na specifické publikum z důvodů nedostatku zkušeností z reálného světa. Jsou také disponované k učení a mají nedostatek zkušeností s médii. Proto jsou děti více zranitelnější a ovlivnitelnější při sledování nevhodných obsahů.⁴⁹

1.4 Stručný vývoj televizního vysílání v naší společnosti

Experimenty s vysíláním byly již na počátku 20. století, ale skutečností se stalo až po druhé světové válce. Televizní vysílání bylo soustředěné zpočátku do „televizních měst“. Postupem času se televize ukázala, že má velký potenciál v oblasti zábavy, politiky i vzdělávání.⁵⁰ Televizní přijímač začal nabývat na významu během 60. let 20. století. Lze o ní hovořit jako o klíčovém médiu dané doby.⁵¹

⁴⁶DUBSKÝ, J., MURDZA, K., URBAN, L. *Sociologie médií a veřejného mínění*. 2006, s. 40.

⁴⁷ŠEĎOVÁ, K. *Děti a rodiče před televizí. Rodinná socializace dětského televizního diváctví*. 2007, s. 27.

⁴⁸Tamtéž, s. 27.

⁴⁹Tamtéž, s. 28-29.

⁵⁰KORDA, J. *Úvod do studia televize*. 2005, s. 13.

⁵¹BEDNAŘÍK, P., JIRÁK, J., KÖPPLOVÁ, B. *Dějiny českých médií: od počátku do současnosti*. 2011, s. 282.

Tehdejší Československá televize se 1. prosince roku 1957 stala samostatnou institucí, přičemž do té doby byla součástí Československého rozhlasu. Televizní vysílání bylo vyňato z působnosti ministerstva školství a kultury a stalo se podřízené *Výboru*. Jeho pracovníci měli za úkol kontrolovat a dohlížet na veškeré vysílání, tedy zda odpovídá momentálním politickým, hospodářským a technickým požadavkům. Výbor spadl pod vládu a předsedou byl jmenován František Nečásek, který byl doposud ředitelem Československého rozhlasu.⁵²

V 60. letech se televizní vysílání soustředilo na budování technického zázemí a rozšiřování programů. Bylo potřeba vyřešit otázku propojení jednotlivých televizních studií, aby se mohlo přebírat jednotlivé programy. Tento problém vyřešila v roce 1958 soustava vysílačů. Od tohoto okamžiku byla možnost sestavování společného programu. V roce 1958 byl jmenován ředitelem televize Milan Krejčí. Ve funkci však dlouho nesetřval a v roce 1959 nastoupil místo něj Adolf Hradecký. V roce 1963 dalším ředitelem Československé televize byl Jiří Pelikán.⁵³

Tehdejší vládnoucí politická strana KSČ si dobře uvědomovala, jak je televize jako médium významná a chtěla s ní zacházet jako s nástrojem ideologického působení. V roce 1960 bylo vydáno usnesení, které televizi nařizovalo zavést dopolední vysílání a připravit se na následující den. Vzhledem k narůstajícím hodinám vysílání, potřebovala *Československá televize* další prostory, a tak vzniklo televizní středisko v Praze na Kavčích horách.⁵⁴

Národní shromáždění schválilo roku 1964 zákon o *Československé televizi*, který stanovil její základní poslání a úkoly. V roce 1970 vznikl již druhý program televizního vysílání. Již v roce 1965 vlastnilo televizi celkem 2 113 450 domácností.⁵⁵

Televize, která nabízela rozmanitý obsah, byla výrazně regulována. Byla vystavena vysokým požadavkům na vhodnost obsahů, které vysílala a to z důvodu, že se stala rodinným fenoménem.⁵⁶

Již od počátku docházelo k rozvoji programové nabídky. Zejména se rozvíjela televizní žurnalistika a vznikala řada zpravodajských pořadů. Mezi nejstarší patří dodnes vysílané *Branky, body, vteřiny*, dále *Televizní aktuality a zajímavosti*. V roce 1958 začaly být

⁵²Tamtéž, s. 296.

⁵³ Tamtéž, s. 299.

⁵⁴Tamtéž, s. 299-300.

⁵⁵Tamtéž, s. 300.

⁵⁶ CHLUMSKÁ, E. *Úvod do mediálních studií*. 2013, s. 19.

vysílány *Televizní noviny* a jejich prvními hlasateli byly Kamila Moučková a Jaroslav Bouz. Od roku 1958 vysílala televize sedm dní v týdnu. První dramatickým seriálem byl vysílán *Rodina Bláhova* roku 1959. Dalším oblíbeným pořadem byl seriál *Tři chlapi v chalupě*, kdy bylo natočeno 18 dílů. V roce 1966 byl poprvé vyšší počet záznamových pořadů než přímých přenosů. V této době se také začalo pracovat na barevném vysílání.⁵⁷

Československá televize byla po dobu normalizace nástrojem propagandy a ideologie na obyvatele. Činnost byla pod dohledem ÚV KSČ a podílela se na „donášení“ ideových protivníků tehdejšího režimu. Televize byla také účastníkem na přelomu 60. a 70. Let na snížení důvěryhodnosti stoupců Pražského jara. Taktéž roku 1977 se *Československá televize* zapojila proti signatářům Charty 77. I přes tuto situaci se podařilo televizním tvůrcům vnímat televizi, jako umění. V tomto období vznikala řada inscenací a pořadů, které byly oceněny na mezinárodních festivalech.⁵⁸

Barevné vysílání bylo zahájeno 9. května v roce 1973 a to na druhém programu. Časem se velmi rychle zvyšovala poptávka po barevných televizorech, na co nebyla schopná reagovat tehdejší ekonomika, proto se jednalo o nedostatkové zboží. V 70. a 80. letech se staly nejvíce sledovanými pořady televizní seriály, obzvláště scénáristy a dramatika Jaroslava Dietla.⁵⁹ Dalšími oblíbenými pořady byly *Sňatky z rozumu*, *Cirkus Humberto*, *Byl jednou jeden dům*, *Třicet případů majora Zemana*, kdy se jednalo o silně propagandistické dílo. Pro dětskou populaci byly natočeny pořady jako *Pan Tau*, *Návštěvníci*, *Arabela*, *Létající Čestmír*, *Tajemství proutěného košíku*, *Křeček v noční košili* apod.⁶⁰

Po roce 1989 došlo k jistým změnám v kulturním životě. Začaly vznikat soukromé producentské společnosti, jako například *Bonton* a *Bioscop*. Významnými producenty se stali u nás provozovatelé *Česká televize* a po roce 2000 *TV Nova*. V tomto období se produkce zaměřuje na tradiční tvorbu komedií. Například lze zmínit trilogii Zdeňka Trošky *Slunce, seno, jahody*, *Slunce, seno a pár facek* a *Slunce, seno, erotika*. Dále *Šakalí léta*, *Obecná škola*. Nejenom komedie sklízely úspěch, ale například film *Kolja* Zdeňka Svěráka získal roku 1997 Oscara za nejlepší cizojazyčný snímek. Postupem času se začala vysílat produkce i mladší

⁵⁷BEDNAŘÍK, P., JIRÁK, J., KÖPPLOVÁ, B. *Dějiny českých médií: od počátku do současnosti*. 2011, s. 301.

⁵⁸Tamtéž, s. 344.

⁵⁹Tamtéž, s. 345.

⁶⁰Tamtéž, s. 346.

generace, například Petra Zelenky *Knoflíkáři*, Davida Ondříčka *Samotáři* či Bohdana Slámy *Divoké včely*.⁶¹

V 90. letech *Česká televize* přejmenovala své programy na ČT 1, ČT 2 a ČT 3. K datu 1. července 1991 vznikla Slovenská televize.⁶² V tomto období docházelo k silné podpoře rozvoje soukromých médií. Došlo k dynamickému rozvoji soukromých rozhlasových stanic, které měly relaxační povahu. Jako první se objevila soukromá televizní stanice s názvem *Premiéra*, kterou provozovala společnost *FTV Premiéra, a. s.* V roce 1992 získala *Premiéra* licenci a začala vysílat v roce 1993. Stala se tak celoplošnou vysílací televizí. V roce 1997 změnila svůj název na *Prima*. Tento název se dochoval dodnes. V roce 1994 začala vysílat taktéž nová soukromá televizní stanice *TV Nova*, která se stala velice úspěšnou. Tímto krokem došlo k velké transformaci ve smyslu přechodu ke komercializovaným a na zisk orientovaným médiím. Nástup *TV Nova* naznamenal narušení duálního systému, tedy oslabení role *České televize*. Klasickým obrazem byl fakt, že český divák měl k dispozici dva celoplošné kanály *České televize* a dvě soukromé komerční televizní stanice. V průběhu tohoto období se začala také rozšiřovat kabelová síť a satelitní vysílání.⁶³

V roce 2005 začala *Česká televize* vysílat zcela nový zpravodajský kanál ČT 24. Při příležitosti zimních olympijských her v Turýně 9. února 2006 začala vysílat sportovní kanál ČT4 Sport.⁶⁴

Od roku 2009 došlo na našem území k přechodu z pozemních analogových vysílačů na digitální vysílání. V roce 2011 se stal generálním ředitelem *České televize* Petr Dvořák.⁶⁵

V současné době máme k dispozici nepřehledné množství programů a to již v základní nabídce. Například *TV Nova* rozšířila svou nabídku o programy *Nova Cinema*, *Nova 2*, *Nova Action*, *Nova Gold*, televize *Prima* má také velké množství dalších televizních stanic jako například *Prima Cool*, *Prima Max*, apod. Přičemž fenoménem je, že většina programů je tematicky zaměřená a divák si tak může lépe vybrat.

⁶¹Tamtéž, s. 365.

⁶²DUBSKÝ, J., MURDZA, K., URBAN, L. *Sociologie médií a veřejného mínění*. 2006, s. 38.

⁶³BEDNAŘÍK, P., JIRÁK, J., KÖPPLOVÁ, B. *Dějiny českých médií: od počátku do současnosti*. 2011, s. 377-378.

⁶⁴DUBSKÝ, J., MURDZA, K., URBAN, L. *Sociologie médií a veřejného mínění*. 2006, s. 38.

⁶⁵CHLUMSKÁ, E. *Úvod do mediálních studií*. 2013, s. 19.

2 Rodina a média

Rodina je nepochybně prvním místem socializace pro dítě. To, co dítě získá v prvních letech prostřednictvím rodiny, se nesmazatelně vryje do jeho chování a značně ovlivní jeho budoucí postoje a názory.⁶⁶

Proto nejdůležitějším prvkem jsou rodiče a jejich chování. Svými postoji mohou pozitivně ovlivnit budoucí chování svých dětí v oblasti zacházení s médii. Mezi znaky rodiny lze považovat pocit sounáležitosti, povědomí o spolupráci a společné identitě, vytváření jistých rolí a funkcí, budování společných cílů a norem. O současné rodině lze podotknout, že prochází jistými změnami a dynamicky se proměňuje, stejně tak ve vztahu k zaujetí postavení vůči médiím.⁶⁷

Rodina o své vztahy dříve pečovala, budovala svou základnu na komunikaci mezi jejími členy, ta současná je spíše konzumní. Často členové rodin zapomínají mezi sebou komunikovat, dbát o rozvoj vztahů a každý z nich se uzavírá do svého světa, načež tomu pomáhají právě média a to nejenom ta tradiční. Naopak z pozitivního hlediska lze zmínit právě televizi, která mnohdy může být místem k setkávání celé rodiny a vzájemné komunikace.

Obzvláště v rodině je důležitá mediální výchova. Někdy lze označit jako výchovu ke správnému využívání médií a hromadných sdělovacích prostředků. Je třeba se zaměřit nejenom na techniku a práci s médii, ale mediální výchova by měla zahrnovat způsoby, jak pochopit hodnoty a to včetně těch duchovních, ve které vyústí vývoj naší informační společnosti.⁶⁸

2.1 Mediální výchova v rodině

Rodina je pro dítě jeho celým světem, kde získává všechny dosavadní zkušenosti. Z tohoto pohledu vyplývá, že rodiče nejsou zodpovědní jen za výchovu dětí v rodinném prostředí, ale za výchovu v celé její šíři. Tudiž rodiče chtějí mít přirozeně přehled o všech socializačních činitelích, které jakýmkoliv způsobem formují jejich potomka. Zajímají se o jejich kamarády, o školu a samozřejmě je zajímá, jaká je televizní konzumace jejich dítěte.

⁶⁶ SLOBODA, Z. *Mediální výchova v rodině*. 2013. s. 21.

⁶⁷ Tamtéž, s. 20.

⁶⁸ MUSIL, J. *Úvod do sociální a masové komunikace*. 2008, s. 115.

⁶⁹Je třeba však zdůraznit, že děti se dostávají do styku s negativními vlivy, které ohrožují jejich mravní a sociální život v období, kdy nejsou ještě dostatečně zralí a hlavně nejsou schopni odolávat vůči těmto vlivům. Nejvýznamnějším faktorem ovlivňujícím vývoj dětí je bezpochyby vliv médií, obzvláště televize.⁷⁰ Z tohoto vychází fakt, že jak televize, tak ostatní masová média jsou vedle rodiny dalším výrazným socializačním činitelem.

V současnosti můžeme jisté změny pozorovat téměř v každé rodině. Lze se setkat i s některými extrémními, kdy existují rodiny, kde se nevyskytují téměř žádná média a to nejenom ta „nová“, nýbrž se jejich členové vyhýbají i těm tradičním jako je televize. Na druhou stranu rodiny, ve kterých je přebytek všech mediálních technologií, kdy téměř každý člen rodiny jich vlastní dokonce několik. Rodiny, které hojně využívají všech médií, jsou více mobilnější, mají možnost příjmu obrovského množství informací, děti mají větší kontakt se svými vrstevníky a s celým okolním světem. Na stranu druhou dochází k větší emancipaci dětí a dochází k újmě rodičovské autority.⁷¹ Je třeba mít na mysli, že média, která dávají rodiče svým dětem k dispozici, by měla podléhat kontrole a pozornosti.

Televize bývá součástí převážně každé rodiny, některá média zdárně tuto technologii úspěšně vytlačují a nahrazují. Jedná se o počítače, tablety, chytré telefony či notebooky.⁷² Hovoříme o nových médiích. Dominique Pasquier říká: „Naše poznatky ukazují, že nová média ještě více oslabují tradiční mocenské vztahy mezi rodiči a dětmi. Paradoxně nutnost naučit se používat nová média vrhá rodiče do nevýhodné situace. Děti se setkávají s digitálními inovacemi dříve než jejich rodiče a převrací tak tradiční statkové postavení v rodině. Navíc si děti vytvářejí rutinní vztah k těmto médiím, který předchází generace nemůže mít. Pro děti jsou počítače zábava, pro rodiče jsou společensky důležité.“ Podle těchto slov lze říci, že postavení médií v rodinách podléhá výrazným změnám. Už jen proto, že dochází k nárůstu mediálních technologií, se rodiče setkávají se situacemi, kdy nemají možnosti kontrolovat konzumaci jejich dětí jednotlivých médií. Tím se rodiče často ocitají v jisté beznaděži a nemožnosti děti ochraňovat před nebezpečím, které se důsledkem médií vyskytuje.⁷³

⁶⁹ ŠĚDOVÁ, K. *Děti a rodiče před televizí. Rodinná socializace dětského televizního diváctví*. 2007. s. 20.

⁷⁰ PAVLŮ, D. *Dítě a reklama: odborná konference s mezinárodní účastí - Zlín 8. května 2003 : 43. mezinárodní festival filmů pro děti a mládež*. 2003, s. 2.

⁷¹ SLOBODA, Z. *Mediální výchova v rodině*. 2013, s. 23.

⁷² Tamtéž, s. 69.

⁷³ Tamtéž, s. 33.

Tato výchova by měla u dětí podporovat rozvoj schopnosti přistupovat k informacím, které média nabízí kriticky a s jistým odstupem, schopnost informace ověřovat či doplňovat. Rodinná mediální výchova by měla napomáhat řešit problém naplnění volného času dětí.⁷⁴ Tato výchova by měla směřovat k tomu, aby z dítěte se stal soudný, selektivní a kriticky uvažující konzument médií. Úkolem rodičů je tedy vybudovat autonomní vztah mezi dítětem a médií, který je postavený na dialogu. Hlavním nástrojem by měla být komunikace, schopnost vysvětlovat, odhalovat a poukazovat na nevhodnost některých mediálních obsahů a také jistá selekce v programech.⁷⁵

Mediální výchova v rodině by měla zahrnovat omezování času stráveného s médií a výběr kvalitních programů. Rodiče by měli vystupovat jako vhodné vzory, tedy sami omezovat čas strávený u televize a vytvořit přínosné mediální prostředí. Za vhodnou cestu lze považovat komunikaci o sledovaných pořadech, která vede správným směrem mediální výchovy v rodině.⁷⁶ Rodiče by měli často vysvětlovat a informovat o televizních pořadech, a tím docílit lepšího pochopení ze strany jejich dětí.

S mediální výchovou jsou často spojená pravidla, která v rodinách existují a jsou nastavená jistým směrem. Prostřednictvím těchto pravidel rodiče omezují a případně řídí čas strávený u televize, ovlivňují volbu obsahů a pořadů, na které se jejich děti smí dívat.⁷⁷ Jsou to tedy nástroje, které rodiče využívají k mediální výchově.

Rodiče mívají obavy z negativních účinků médií na jejich děti. Vysvětlují si to tak, že média mají často pokřivený či převrácený pohled na realitu, jejich hodnoty jsou neslučitelné s rodinnými hodnotami a dochází k tomu, že děti získávají tak idealizovaný či naopak pokroucený obraz světa. Přesto rodiče omezují obsahy televize méně. Je to z důvodů, že znalost obsahů žádá již větší gramotnost rodičů, kde je nutná schopnost kritického uvažování a zhodnocování daných obsahů. Dále obsahové omezování potřebuje větší časovou náročnost než omezování časové. Znalost obsahů a jejich následné omezování vyžaduje taktéž ze strany rodičů vhodné vysvětlování. Jednoduše řečeno, pokud rodič zakáže dítěti konkrétní pořad, měl by také zdůvodnit své rozhodnutí a vysvětlit své stanovisko tak, aby dítě tím bylo adekvátně přijato.⁷⁸

⁷⁴MUSIL, J. *Úvod do sociální a masové komunikace*. 2008, s. 118.

⁷⁵LESKOVÁ, A. *Identita adolescenta a masmédiá*. 2013, s. 65.

⁷⁶ŠEĎOVÁ, K. *Děti a rodiče před televizí. Rodinná socializace dětského televizního diváctví*. 2007, s. 33.

⁷⁷Tamtéž, s. 34.

⁷⁸SLOBODA, Z. *Mediální výchova v rodině*. 2013. s. 104.

Postupem času rodičovská kontrola obsahů televizních pořadů není již v takové intenzitě jako dříve. Rodiče nekontrolují každý program a obsah, ale omezují přístup ke konkrétním a specifickým obsahům, které vycházejí z veřejného zájmu, které lze uvádět jako vulgární a násilné. Zvyšuje se tedy mírnost rodičů vůči kontrole a omezování konzumace médií. Důvodem je, že došlo k jistým změnám ve vztazích rodič a dítě, kdy se opouští od podřízenosti dětí, ale poukazuje se spíše na zcela jiné úspěchy, které vedou ke kooperaci mezi dětmi a rodiči. Tím lze vysvětlit posun od kontroly a omezování obsahu ke snaze o omezování času, kdy rodiče odejmou média na úkor jiných aktivit.⁷⁹

Je třeba zdůraznit, že vedle kontroly rodičů existuje jistá regulace, jinak řečeno ochrana dětí před škodlivým obsahem v televizi, který se skrývá pod názvem „*rating*“. Tímto způsobem jsou označovány audiovizuální produkty značkami, které slouží rodičům v orientaci, pro které věkové skupiny jsou mediální obsahy mířeny. Mnohdy jde o konkrétní číslo, které určuje věk dítěte, případně jiné symboly. Dalším z možných opatření je upozornění a pořady s nevhodným obsahem, které se vysílají od určitého času.⁸⁰

Dalším nástrojem rodičů v rámci mediální výchovy je technická restrikce. Jedná se o zamezování fyzického přístupu k jednotlivým médiím a to buď zcela, nebo tak, aby přístup dětí byl rodiči lépe kontrolovatelný. Například někteří rodiče záměrně neumisťují televizi do dětských pokojů nebo mají televizi či jiná média v uzamykatelných prostorách.⁸¹

Nástroje jako je společná konzumace či spoludívání jsou v literatuře označovány jako doprovázející a mnohými odborníky hodnoceny jako neúčinnější v rámci mediální výchovy.⁸² Přesto často tyto způsoby vlivu mediální výchovy bývají rodiči nevyužívány. Rodiče často po příchodu domů upřednostňují klid a spoludívání s dítětem je mu na obtíž, tím více rozhovory, které by přinejmenším zabraly jistě více času, než je rodič ochoten vynaložit. Stáváme se součástí společnosti, kdy média v domácnostech bývají více využívány spíše individuálně, než aby se stávaly společenskou záležitostí. Tím hůře se nastoluje jakákoliv podoba mediální výchovy a rodiče mnohdy raději sáhnou po striktnějších nástrojích k výchově, jako jsou zákazy, případně omezení přístupu k médiím, než aby soustavně a systematicky působily v oblasti mediální výchovy. Jedním z důležitých faktorů je, aby samotný rodič byl tím správným vzorem svému dítěti v oblasti konzumace veškerých médií.

⁷⁹Tamtéž, s. 104.

⁸⁰CHLUMSKÁ, E. *Úvod do mediálních studií*. 2013, s. 35.

⁸¹SLOBODA, Z. *Mediální výchova v rodině*. 2013. s. 109.

⁸²Tamtéž, s. 123.

Podle Šed'ové mezi techniky využívané rodiči při mediální výchově patří:

- Omezování přístupu k televizi – rodiče záměrně zamezují přístup k televizi a brání sledování nevhodných pořadů.
- Divácká doporučení – rodiče nabádají dítě ke sledování konkrétních pořadů.
- Monitoring – cílem rodičů je identifikovat pořady a čas trávený u televize.
- Spoludivání – rodiče tímto způsobem se snaží posilovat vztah mezi nimi, a zajistit si tak přehled o dětech.
- Konverzace u televize – cílem je, aby dítě lépe pochopilo daný obsah pořadů.
- Explicitní informace o televizi – rodiče se v tomto ohledu snaží předat dětem poznatky o televizi.⁸³

Je třeba zdůraznit, že média a obzvláště televize může být využívána jako prostředníkem k formování, vzdělávání či výchově dítěte. Média neodmyslitelně patří k našim životům. Rodina je v tomto ohledu velmi důležitá a může řadu věcí u svých dětí ovlivnit a naučit je, jak je správně využívat a zacházet s nimi tak, aby byly pro ně přínosem.

Sloboda uvádí zásady mediální výchovy, které lze shrnout takto:

- Média mají účinek i na děti a nemusí být v zásadě jen negativní. Média nejsou v žádném případě všemocná a jejich vliv závisí na řadě faktorů (výchova v rodině).
- Pravidla by měla být jasná a srozumitelná.
- Absolutní vyhýbání se médiím lze praktikovat pouze v médiích. Vzhledem k tomu, že média jsou všude kolem nás, jen těžko se děti s žádnými nesetkají. Tudíž pokud rodina uplatňuje mediální výchovu způsobem absence médií v rodině, může to být naopak dítěti na škodu.
- Vyloučení negativních účinku médií nezabrání pouhé časové omezování přístupu k médiím.
- Rodiče by měli mít přehled o tom, co dítě čte, sleduje, slyší a často o tom vzájemně komunikovat.
- Neopakovat stereotypy o účincích a funkcích médií.
- Rodiče by měli být mediálně gramotní právě proto, aby byli schopni rozvíjet mediální gramotnost u svých dětí.

⁸³ŠEĎOVÁ, K. *Děti a rodiče před televizí. Rodinná socializace dětského televizního diváctví*. 2007. s. 101.

- Při mediální konzumaci dětí je potřeba občasná podpora ze strany rodičů.
- Rodiče by měli využívat při mediální výchově věková doporučení u filmu nebo počítačových her.⁸⁴

2.2 Mediální gramotnost rodičů a dětí

Média hrají velmi vysokou roli v životě všech i celé společnosti a proto pochopené základních principů mediální komunikace představuje určitý stupeň vzdělání. Lze hovořit o představě, že zacházení s médii se stává kompetencí nezbytnou pro náš život a s tím spojená orientace ve společnosti.⁸⁵

Mediální gramotnost by měla být tedy jednou ze základních kompetencí člověka v jeho životě. Tato kompetence by měla zahrnovat schopnost získat základní poznatky o fungování médií, znalosti o společenské roli médií a mít schopnost určit typ sdělení, posoudit jejich věrohodnost a vyhodnotit je.⁸⁶

Mediální gramotnost je jen velmi těžko měřitelná a popsatelná. Do oblasti mediální gramotnosti u rodičů lze uvést, podle čeho se rodiče při mediální výchově řídí, jakou mají schopnost vysvětlovat dětem mediální obsahy a jak hodnotí schopnost dětí se s médii vypořádat.⁸⁷ Často vychází z vlastní zkušenosti se sledováním, doporučení na obrazovce o nevhodnosti pořadu a také informace vycházející z televizních programů a magazínů nebo také podle názorů ostatních. Rodiče by tedy měli mít dostatečný přehled v televizní nabídce, umět se v ní orientovat, kriticky zhodnotit jejich obsahy, což vede k tomu, aby sami rodiče měli rozvinutou mediální gramotnost. Podle výzkumu provedeným Slobodou, kde se zabýval hodnocením vlastní schopnosti rodičů odpovědět dětem na otázky, které byly kontroverzní a týkaly se rizikových mediálních obsahů, dospěl k závěru, že rodiče věří ve své mediální kompetence a schopnosti.⁸⁸

Mediální gramotnost můžeme chápat jako soubor dovedností a poznatků, které jsou nutné pro orientaci ve společnosti, které mají mediální systémy. Lépe řečeno jde o řadu komunikačních kompetencí, které umožňují schopnost analyzovat, hodnotit a vyhledávat

⁸⁴SLOBODA, Z. *Děti médiím rozumějí – ale jinak! Mediální výchova v rodině* [online]. [cit. 2018-07-23].
Dostupné z: <https://www.sancedetem.cz/srv/www/content/pub/cs/clanky/>

⁸⁵JIRÁK, J., KOPPLOVÁ, B. *Média a společnost*. 2007, s. 97.

⁸⁶BÍNA, D., NIKLESOVÁ, E. *Mediální gramotnost a mediální výchova: studijní texty*. 2010. S. 33.

⁸⁷SLOBODA, Z. *Mediální výchova v rodině*. 2013. s. 85.

⁸⁸Tamtéž, s. 87.

nejrůznější informace ve variabilních formách.⁸⁹ Uznávanou definicí mediální gramotnosti, která byla uvedena na Konferenci národního vedení v této oblasti (National Leadership Conference on Media Literacy) v roce 1992, kdy se jedná „o schopnost přístupu, analýzy, hodnocení a komunikování sdělení v různých formách“.⁹⁰

Mediální gramotnost lze hodnotit podle dalších dvou složek a to schopnost hodnotit obsahy, vědět, co je a co není pro dítě dobré a také schopnost ovládat mediální technologie. Hovoříme o složce kritického myšlení, kde vstupují dva důležité aspekty, což je gender a věk. Přirozeně se rozdělují role otcům, kteří by měli zvládnout technické záležitosti, a naopak matky mít schopnost vysvětlovat. Přesto se vyskytují rodiny, kde i matky jsou technicky zručné.⁹¹ Co se týče věkové propasti, tak ta je citelná. Dochází k propasti mezi generacemi.

Rodiče důvěřují nejenom ve vlastní mediální kompetence, ale také věří dětem v jejich mediální gramotnosti. Někteří rodiče věří, že děti samy se vypořádají s médii bez jejich zásahu. Tento styl v mediální výchově se nazývá *laissez-faire*.⁹² Je třeba si však uvědomit, že mediální gramotnost vyžaduje elementárnější kompetence, kterými děti bez zkušeností často nedisponují. V tomto smyslu lze uvést definici od Bíny, na kterou odkazuje Foret, kdy se jedná o „zvládání komunikace pomocí nosičů slov, písmen, zvuků a obrazů.“ Mediální gramotnost v sobě nese prvky jak gramotnosti „klasické“, tak gramotnosti „vizuální“.⁹³

Šed'ová odkazuje na Numerata, který definuje typologii mediálního vědění. Rozděluje je podle toho, zda jde o vědění reflexivní:

1. Čiré zakouzlení – publikum přijímá bezvýhradně mediální obsahy a přijímá je bez veškerých pochybností.
2. Limitované zakouzlení – média jsou referována, ale pouze částečně, aby docházelo k souznění mezi diváky a mediálním děním. Nedochozí zde k uvědomování mechanismů fungování médií
3. Limitované odkouzlení – mediální produkce je reflektována, přesto publikum stále uznává mediální významy.

⁸⁹ FORET, M. *Média dnes. Reflexe mediality, médií a mediálních obsahů*. 2008, s. 284.

⁹⁰ MENDOZA, K. *Media Literacy and Invitational Rhetoric. Media Education Lab Working Paper Series*. 2007, s. 4.

⁹¹ SLOBODA, Z. *Mediální výchova v rodině*. 2013. s. 89.

⁹² Tamtéž, s. 90.

⁹³ FORET, M. *Média dnes. Reflexe mediality, médií a mediálních obsahů*. 2008, s. 285.

4. Čiré odkouzlení – vyskytuje se zde odstup, dále schopnost myslet kriticky, umět rozlišovat, hodnotit a analyzovat veškerá nabízená mediální sdělení.⁹⁴

Rodiče by měli spadat pod poslední bod, tedy „čirého odkouzlení“, aby byli schopni rozvíjet u svých dětí dostatečně mediální gramotnost a své vlastní kompetence v této oblasti neustále rozvíjeli.

Součástí mediální gramotnosti jsou příslušné kompetence. Tento pojem lze definovat jako schopnost účastníka komunikace zvládnout soustavy pravidel a ty poté dostatečně využít. Pojem mediální kompetence zahrnuje emoční inteligenci a kompetenci, komunikační kompetenci a vizuální kompetenci.⁹⁵

- Emoční inteligence a kompetence – jedná se o určitý předpoklad pro plnění úkolů. Goleman rozlišuje emoční inteligenci a emoční kompetenci jako: „stupeň emoční inteligence odpovídá míře, s jakou zvládneme pět jejich základních disciplín (sebeuvědomění, motivaci, seberegulaci, empatii a adaptabilitu ve vztahu k okolí), zatímco stupeň naší emoční kompetence závisí na tom, jak svůj potenciál emoční inteligence ještě není zárukou toho, že zvládneme její praktické využití zejména v pracovním procesu.“
- Komunikační kompetence – tato kompetence je nezbytná pro zvládnutí mediální kompetence. Pokud se jedinec orientuje v různých komunikačních situacích, dá se konstatovat, že je komunikačně kompetentní.
- Vizuální kompetence – jedná se o schopnost rozeznávat, analyzovat a interpretovat obrazy v médiích.⁹⁶

2.2.1 Postoje k médiím a dostupnost médií v rodinném prostředí

Podle jednoho z dalších výzkumů CEMES je většina lidí přesvědčena, že média mají značný vliv na děti a to jak pozitivní, tak negativní. Je třeba zdůraznit, že postoj veřejnosti bývá mnohdy odlišný od reality. Výzkum ukázal, že řada rodičů má menší obavy z toho, co

⁹⁴ŠĚDOVÁ, K. *Děti a rodiče před televizí. Rodinná socializace dětského televizního diváctví*. 2007. s. 127.

⁹⁵ NIKLESIVÁ, E. *Teorie a východiska současné mediální výchovy*. 2007. S. 83.

⁹⁶Tamtéž, s. 84.

sledují jejich děti doma, když nejsou přítomni. Pouze 5 % rodičů vyjádřilo značné obavy, dalších 30 % se obávalo jen „trochu“, další dvě třetiny se neobávaly téměř vůbec.⁹⁷

Postoje k nevhodnosti mediálních obsahů pro děti vystupují, jako celosvětový společný problém. Zejména, jedná-li se o agresi, násilí, sexuální projevy. Obzvláště násilné projevy na televizních obrazovkách mohou na děti škodlivě působit a to zejména za některých podmínek, kdy násilník je prezentován jako přitažlivý a charismatický, jako ospravedlnitelný, násilník není nijak potrestán a násilí je předkládáno jako realistické.⁹⁸ Faktem je, že pro děti je těžké rozlišovat mezi skutečností a fikcí a v tomto důsledku ztrácí soucit, nejsou schopny vnímat utrpení jako negativní faktor. Tudíž děti, které často sledují násilí v televizi, přejímají vzory tohoto agresivního jednání.⁹⁹

Výskyt násilí v televizi je opravdu značný. Tento fenomén je vysvětlován svou atraktivitou a přitažlivostí pro diváky a to nejenom pro ty dospělé. Obzvláště za závažnou situaci se považuje zobrazování reálného násilí ve zpravodajských relacích.¹⁰⁰

Dnešní děti mají k dispozici velké množství mediálních aparátů, které umožňují komunikaci s okolím. Za běžnou realitu lze považovat dítě, které vlastní mobilní telefon, přehrávač hudby, rádio, notebooky či stolní počítače a také televizor v dětském pokoji. Například v USA má televizi v pokojích více než 70 % dětí ve věku 8-18 let, ve Velké Británii více než 60 % ve věkové skupině 5-15 let, v Německu 52 % ve věku 12-19 let. V České republice je tomu obdobně, kdy televizi v dětském pokoji má 48 % dětí ve věku 4-14 let. Zhruba jedna třetina má pak přístup k internetu ve svém pokoji, u náctiletých je to asi polovina. Lze konstatovat, že pokud děti mají přístup k médiím ve svém pokoji, jejich konzumace se samozřejmě zvyšuje. Například děti, které mají televizi u sebe v pokoji, u ní tráví o 20 minut déle než ti, kteří ji nemají. Děti, které mají internet k dispozici v soukromí, tráví na něm až dvakrát více času než ti, kteří přístup nemají.¹⁰¹

⁹⁷SLOBODA, Z. *Mediální výchova v rodině*. 2013. s. 79.

⁹⁸JIRÁK, J., KOPLOVÁ, B. *Média a společnost*. 2007, s. 189.

⁹⁹PAVLŮ, D. *Dítě a reklama: odborná konference s mezinárodní účastí - Zlín 8. května 2003 : 43. mezinárodní festival filmů pro děti a mládež*. 2003, s. 2.

¹⁰⁰MUSIL, J. *Úvod do sociální a masové komunikace*. 2008, s. 75.

¹⁰¹JIRÁK, J., PAVLIČIKOVÁ, H. *Média pod lupou: (mediální výchova jako téma celoživotního vzdělávání)*. 2013. s. 35.

Pro mediální chování dnešních dětí je typické nejen nárůst mediální technologie, kterými dokážou všemožně manipulovat, ale také věnují více času mediálním aktivitám. Dalším aspektem je, že mediálními konzumenty se stávají již děti ve velmi útlém věku.¹⁰²

Odborníci z mnichovského institutu JFF (Jugend Film Fernsehen), který se dlouhodobě zabýval výzkumem v oblasti médií a dětí, dospěli k závěru, že děti vnímají televizi jako lepší televizi než tu, kterou sledují dospělí. Ve výzkumu děti uváděly, že programy byly zábavnější, dobrodružné a napínavé než ty programy, které se vysílaly pro dospělé. Výzkumníci došli k závěru, že nejmenší děti vidí v televizi jen pohyby barev, tvarů a zvuků. Postupně se začínají pomalu učit a chápat televizi a její některé pořady. Tři až šestileté děti vnímají děj a postavy útržkovitě. Děti ve věku šest až deset vnímají postavy, které se nějakým způsobem dotýkají jejich života v širším kontextu. Začínají v tomto období rozlišovat fikci a realitu. Od deseti let věku se zájem dětí zvyšuje v závislosti na poznávání světa. Děti vnímají dialogy, chápou vtip a dokážou interpretovat použití hudby. V jednotlivých postavách hledají vzory a modely. Od jedenácti let věku se děti ve vnímání televize téměř stávají dospělými. Na základě jednotlivých pořadů se začínají orientovat ve světě.¹⁰³

Rodiče často považují média jako prostředek, který pomáhá zvládnout každodenní chod domácnosti. Televize dokáže děti rozveselit, zabavit, vyplnit jejich volný čas, slouží jako forma odměny či trestu a motivuje ke vhodnému chování. Řada rodičů vnímá televizi jako levnou chůvu pro jejich děti a díky tomu mají mnohem více času sami na sebe.¹⁰⁴ Ovšem i tento přístup si vybírá svou daň. Rodiče by měli mít přehled, na co se jejich děti dívají a předkládat jim tyto obsahy s jistou rezervou a mírou, přičemž čas trávený u televizní obrazovky by měl mít svůj význam a to zejména u dětí. Nemělo by se tedy jednat o výplň volného času ve velké míře.

2.2.2 Televize jako „součást rodiny“

Šed'ová odkazuje na Hustonovou, která uvádí, že televize je dominantní mediální technikou ve smyslu, že lidé ji věnují velké množství času a stává se běžnou součástí

¹⁰²JIRÁK, J., PAVLIČÍKOVÁ, H. *Média pod lupou: (mediální výchova jako téma celoživotního vzdělávání)*. 2013. s. 38.

¹⁰³SLOBODA, Z. *Děti médiím rozumějí – ale jinak! Mediální výchova v rodině* [online]. [cit. 2018-07-23]. Dostupné z: <https://www.sancedetem.cz/srv/www/content/pub/cs/clanky/>

¹⁰⁴JIRÁK, J., PAVLIČÍKOVÁ, H. *Média pod lupou: (mediální výchova jako téma celoživotního vzdělávání)*. 2013. s. 39.

rodinného života. Zejména se televize vnímá jako médium domácí a rodinné v širším kontextu. Televizní konzumace bývá nejčastěji kolektivní a tento fakt zvyšuje komunikaci v některých rodinách. V tomto smyslu lze televizi vnímat jako médium prorodinné.¹⁰⁵ Toto médium mnohdy mění vzorce rodinného života.¹⁰⁶

Pohledy na postavení televize v rodinném prostředí se mezi odbornou populací mnohdy rozcházejí. Šeďová zmiňuje Barrisona, který tvrdí, že televize je prvkem relaxačním v rodinném společenství, Rosenblatta a Cunninghama, kteří uvádí, že čím více se v rodinách jejich členové dívali na televizi, tím bylo v tomto společenství větší napětí. Dále Roggea a Jensena jejichž názor je, že matka samoživitelka dívající se na televizi se svými syny si užívá pocit sounáležitosti a jisté rodinné pospolitosti, zatímco nezaměstnaný muž sleduje televizi, aby vyplnil svůj volný čas a necítil depresivní stavy.¹⁰⁷

Tato autorka zmiňuje koncept Lulla, který je postaven na sociálním využití televize. Podle něj je televize využívána sociálně, tedy spadá do širšího rámce dění rodiny. Existují dva způsoby sociálního využití televize a to strukturální a vztahové. Na základě strukturálního využití je tímto způsobem televize vnímána jako „kulisa“, je vždy dostupná jako zábava a pomáhá k určování časového harmonogramu. Ve vztahové dimenzi je televize vázaná na interakční procesy. Tedy stává se prostředkem k navázání komunikace, konverzace a také působí opačným dojmem, kdy prostřednictvím televize se konverzaci členové rodin vyhýbají. Lull také poukazuje na televizi rozšiřující možnosti vnímání více behaviorálních a interakčních vzorců. Televizi rodiče využívají v tomto ohledu jako „babysitteru“ nebo mnohdy některé televizní postavy v představách konzumenta mohou nahrazovat partnera.¹⁰⁸

Ovšem nikoli všechny děti využívají televizi jako prostředek k využívání volného času, i když se vyskytuje v rodinném prostředí vícekrát. Ve výzkumu životního stylu dětí (ČT/ATO 2008) byla vytvořena typologie v souvislosti s jejich nakládáním volného času a využíváním médií.

- Technologicky zaměřené moderní děti – tyto děti neupřednostňují televizi, ale spíše se zaměřují na hraní počítačových her. Jde o zhruba 38% dětí.

¹⁰⁵ŠEĎOVÁ, K. *Děti a rodiče před televizí. Rodinná socializace dětského televizního diváctví*. 2007. s. 31.

¹⁰⁶DUBSKÝ, J., MURDZA, K., URBAN, L. *Sociologie médií a veřejného mínění*. 2006, s. 57.

¹⁰⁷ŠEĎOVÁ, K. *Děti a rodiče před televizí. Rodinná socializace dětského televizního diváctví*. 2007, s. 31.

¹⁰⁸Tamtéž, s. 32.

- Děti zaměřené na hry a domov – tyto děti nemají rády počítač, orientují se na hry doma, tráví více času s rodiči. Na televizi se orientují na základě rozhodnutí rodičů. 38%.
- Děti se zálibami – mají řadu kroužků, v technických dovednostech jsou pozadu. Méně času tráví u televize. 24%.¹⁰⁹

Lze tedy uvést, že televize neproniká do rodinného prostředí bez jakýchkoliv podmínek. Televize je vnímána na základě návyků, potřeb, cílech, způsobů výchovy dané rodiny.¹¹⁰ Každá rodina si tedy určuje sama, jak bude vypadat jejich mediální konzumace a zda televize bude přispívat pozitivně k rodinné pohodě. Jsou to rodiče, kteří v důsledku svých rozhodnutí určí, kolik jejich domácnost bude mít televizních přijímačů, kolik času budou všichni členové trávit u televize a jakým pořadům budou věnovat pozornost. Zda bude mezi členy rodiny probíhat ta správná konverzace týkající se mediálních obsahů.

2.3 Mediální výchovné styly

Rodina ovlivňuje všechny své příslušníky hlavně povahou meziosobních interakcí, což znamená atmosférou, klimatem a stylem aktivit. Konkrétním projevem je například styl výchovy.¹¹¹

Hlavní charakteristikou stylů je autokratický, tedy direktivní a zakazující, liberální a integrační výchovný styl, který podporuje dětskou iniciativu.

- Autoritativní – je orientovaný na dítě. Rodiče využívající tento styl se snaží dítě ovládat a potlačují jeho samostatnost a iniciativu, zároveň na něj vyvíjí požadavky.
- Autoritářský – v této pozici je rodič orientovaný na sebe, uplatňuje moc a ovládání.
- Shovívavý – rodič se orientuje na dítě, na něj také nejsou kladeny a výkony a úkoly.
- Zanedbávající – jedná se o styl, kdy rodiče neprojevují o dítě zájem.¹¹²

¹⁰⁹SLOBODA, Z. *Mediální výchova v rodině*. 2013, s. 74.

¹¹⁰ŠEĎOVÁ, K. *Děti a rodiče před televizí. Rodinná socializace dětského televizního diváctví*. 2007, s. 32.

¹¹¹ŘEZÁČ, J. *Sociální psychologie*. 1998, s. 197.

¹¹²SLOBODA, Z. *Mediální výchova v rodině*. 2013. s. 163-164.

Mezi průkopníky, kteří se zabývali přístupy rodičů ke sledování dětí televizních obsahů, patří Bybee, Robinson a Throw, kteří v roce 1982 vytvořili klasifikaci mediálně výchovných stylů v rodině. Restriktivní, hodnotící a necílené vedení:

- Restriktivní – jedná se o omezování a selekci obsahů rodiči
- Hodnotící – rodiče v průběhu spoludívání vysvětlují a komentují
- Necílené – jedná se o spoludívání s příležitostné komentování. Při tomto typu vedení se rodiče snaží užít si spolu s dítětem pořad, namísto obav ze špatného vlivu obsahu působícího na děti.¹¹³

Současní autoři uvádí v zásadě tři styly mediální výchovy:

- Restriktivní – tento styl zahrnuje zákazy a příkazy týkající se časové konzumace, množství a média často bývají využívána jako forma trestu a odměny.
- Spolkonzumace – jedná se o společné dívání na jednotlivé mediální obsahy
- Instruktivní – tento výchovný styl je postavený na společné diskuzi o jednotlivých mediálních obsazích,¹¹⁴

Sloboda odkazuje na Margit Lenssenovou, která na základě kvalitativních rozhovorů vytvořila pět typů přístupu rodičů:

- Nedůsledně povolující – rodiče mají jistou představu, jak by jejich děti měly zacházet s médii a volbou obsahů či míry konzumace, ale tuto představu v praxi nerealizují. V těchto rodinách děti mívají často jiné volnočasové aktivity.
- Důsledně povolující – televizi není připisována hodnota. K tomu, aby děti mohly sledovat televizi, rodiče využívají striktní pravidla. Rodiče vnímají média jako důležitá a proto se k nim staví kriticky.
- Nedůsledně omezující – rodiče neomezují obsahy, ale zaměřují se na časové omezování. Existuje zde rozpor mezi představami rodičů a skutečnou realitou.

¹¹³BYBEE, C., ROBINSON, D., TUROW, J.

DeterminantsofParentalGuidanceofChildren'sTelevisionViewingfor a SpecialSubgroup: Mass Media Scholars. JournalofBroadcasting. 1982, [online]. 1992, 36(1), 61- 74 [cit. 2017-08-31]. ISSN 08838151. Dostupné z: <http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=a9h&an=9205181095&scope=site>

¹¹⁴SLOBODA, Z. *Mediální výchova v rodině*. 2013, s. 166.

- Akceptující rodiče – respektují konzumaci svých dětí. Postoje k médiím jsou pozitivní.
- Permisivní akceptující – média jsou v těchto rodinách využívána jako kulisa. Televizi využívají jako způsob trávení společného času.¹¹⁵

Další uvedené rozdělení navrhli Bernd Schorb a Helga Theunert na výchovné styly:

- Argumentativní – rodiče často využívají diskuzi a jednání s dětmi o jednotlivých mediálních obsazích.
- Doprovázející – vychází z podstaty spoludívání a komunikaci v průběhu sledování.
- Laissez-faire – v těchto rodinách neexistují žádná pravidla, která by řídila mediální konzumaci dětí.¹¹⁶

Jeden z výzkumů, který provedla Klára Šedřová, poukazuje na televizně výchovné strategie a rozlišuje strategii:

- Pedagogická – prostřednictvím společného sledování a komentování.
- Saturační – televize je využívána k uspokojování individuálních potřeb všech členů rodiny a téměř se neobjevuje spoludívání a komentáře.
- Smíšená – rodiče si jsou vědomi, že by měli na dítě výchovně působit v oblasti mediální konzumace, ale v reálném životě tomu tak není.¹¹⁷

¹¹⁵SLOBODA, Z. *Mediální výchova v rodině*. 2013, s. 167-168.

¹¹⁶Tamtéž, s. 170.

¹¹⁷Tamtéž, s. 170-171.

3 Dětské televizní diváctví v rodinném prostředí

Vztah k televizi a případně jiným médiím a socializační vliv na děti vychází z předpokladu, že za výchovu v této oblasti zodpovídají jejich rodiče. V současnosti se na výchově vedle rodiny podílí i další instituce, zejména škola. Ovšem nedá se popřít, že právě v rodině přichází děti již velmi brzy do styku s médii, obzvláště s televizí. Proto se rodiče začínají více zajímat o své děti a více kontrolují jejich konzumaci mediálních obsahů. Hlavní potřebou rodičů je tedy děti před médii chránit.¹¹⁸ Mají pocit, že masová média, obzvláště televize spolu s jistou nezodpovědností některých tvůrců ohrožuje postoje a chování mladé generace. Řada z nich si uvědomuje, že v poslední době dochází k devalvaci hodnot a ke ztrátě mravní zodpovědnosti.¹¹⁹

Sloboda uvádí, že média tvoří velkou konkurenci „tradičním“ socializačním institucím, jako je zejména rodina. Tudíž její vliv je značně oslaben a to i na úkor vrstevnických skupin. Média vstupují do všech oblastí rodiny. Vzory vyplývající z mediálních obsahů, vstupují negativně, ale i pozitivně do výchovného působení v rodině. Média a to zejména televize je v rodině využívána hojně k relaxaci a k trávení volného času. Mediální technologie a její vlastnictví je spojena s ekonomickou situací a sociálním postavením v rodině.¹²⁰ Tímto způsobem se odvíjí sociálně-ekonomická funkce rodiny. Také biologicko-reprodukční funkce je znatelná v oblasti přenášení obrazů rodin s dětmi produkující normalitu rodičovství. Taktéž některé mediální obsahy dávají mnohdy návody na sexuální chování.¹²¹

Dětské televizní diváctví vychází ze socializace v rodině. Tento druh socializace zahrnuje vlivy funkcionální, což se jedná o kontext domácích rutin a funkci intencionální, kdy lze hovořit o mediální výchově v rodině, kdy se vždy vyskytují potřeby rodičů, jako zdroj, ze kterého dětské diváctví vyplývá a rodičovský diskurs o mediálních obsazích, které sledovanost televize omezuje. Tudíž mediální výchovou v rodině a potřeby rodičů jsou spojeny s domácími rutinami.¹²²

¹¹⁸SLOBODA, Z. *Mediální výchova v rodině*. 2013, s. 62.

¹¹⁹PAVLŮ, D. *Dítě a reklama: odborná konference s mezinárodní účastí - Zlín 8. května 2003 : 43. mezinárodní festival filmů pro děti a mládež*. 2003, s. 3.

¹²⁰SLOBODA, Z. *Mediální výchova v rodině*. 2013, s. 23.

¹²¹Tamtéž, s. 24.

¹²²ŠEĎOVÁ, K. *Děti a rodiče před televizí. Rodinná socializace dětského televizního diváctví*. 2007, s. 120.

3.1 Charakteristika a vývoj v období dospívání

V této kapitole se budeme věnovat vývoji v období dospívání. Tato cílová skupina je zde uváděna úmyslně, protože kvalitativní výzkum vychází z jednotlivých případových studií dětí tohoto věku.

Období dospívání lze vymezit jako úsek, kdy na jedné straně se objevují první známky pohlavního zrání a znatelný růst a na druhé straně dovršení úplné pohlavní zralosti, tedy dokončení tělesného růstu. Ruku v ruce s tímto faktem dochází k novému zařazení jedince ve společnosti.

Období lze dělit:

- Období pubescence – asi od 11 do 15 let.
Fáze prepuberty: první známky pohlavního dospívání, urychlení růstu. U většiny dívek trvá toto období od 11 do 13 let, u chlapců o 1 až 2 roky později.
Fáze vlastní puberty – začátek je po ukončení prepuberty a končí při dosažení reprodukční schopnosti. U dívek se objevuje obvykle menzes. Zpravidla lze toto období vymezit věkem 13 až 15 let.
- Období adolescence – asi od 15 do 20 let.
Dochází k dokončení tělesného růstu. Mění se postavení jedince ve společnosti. Mění se vztahy a hlavně sebepojetí.¹²³

Za posledních sto let se nástup dospívání znatelně urychlil. Ovšem tento skok se nedá konstatovat u psychického vývoje. Přesto přetrvávají dva rozdílné ohledy, kdy někteří odborníci tvrdí, že tělesná akcelerace je doprovázena nejspíš opožděním psychického vývoje a druhé stanovisko uvádí, že akcelerace v obou směrech je paralelní. Většina empirických výzkumů spíše potvrzuje druhé stanovisko. Hlavním znakem období dospívání je, že jedinci se začínají od ostatních lišit. Vytváří si své znaky, subkulturu s jiným vyjadřováním, s jiným způsobem prosazováním, s jiným druhem oblékáním, mnohdy dochází k zakládání různých skupin, kdy hovoříme o tzv. „hnutí mládeže“.¹²⁴

Některé specifické znaky tohoto období vývoje lze shrnout do čtyř základních bodů:

¹²³LANGMEIER, J., KREJČÍŘOVÁ, D. *Vývojová psychologie*. 1998, s. 139.

¹²⁴Tamtéž, s. 142.

- Intelektová úroveň - schopnost vytvářet si vlastní názor, zároveň respektovat rozhodnutí druhých, schopnost se samostatně a zodpovědně rozhodovat.
- Sociální úroveň – získat schopnost navazovat vhodné a pozitivní vztahy, přátelství, začlenit se do společnosti, stát se aktivním členem a respektovat právní a společenské normy.
- Emocionální úroveň – vnímat své emoce a mít schopnost je korigovat, přijmout kritiku a získat schopnost řešit nepříjemné situace a problémy.
- Morální úroveň – vnímat a vzít za své morální ideály, žít podle nich a získat schopnost jich dosáhnout.¹²⁵

Období dospívání je charakteristické emoční labilitou, která je způsobena hormonálními změnami v těle. Citové konflikty jsou velmi silné a nápadné, přičemž na základě těchto projevů lze hovořit o období dospívání jako o období bouří a krizí. Dospívání je tedy charakteristické impulsivním jednáním, nestálostí a nepředvídatelností reakcí. Vzhledem k emoční nestálosti dochází k častým výkyvům ve školních výkonech a schopnosti se učit a soustředit. Objevovat se může i nespavost nebo naopak zvýšená únava. Velká část dospívajících sami těmto projevům nerozumí a mnohdy si své reakce nedokáží racionálně vysvětlit a zdůvodnit.¹²⁶

Psychiku dospívajících lze chápat jako snahu se přizpůsobit biologickým, psychickým a sociálním podmínkám. Langmeier a Krejčířová odkazují na Kanneru, který tvrdí, že je to období jako „velký překladatel“, který biologické, sociální a kulturní normy překládá do jejich vlastního jazyka.¹²⁷

Jedinci v období dospívání získávají rychle schopnosti, které vyžadují sílu, hbitost, jemnou koordinaci i rovnováhu. Z tohoto vyplývá zvýšený zájem o sport. Dochází také k rozvoji vnímání, obzvláště vizuálního, na jehož základě se rozvíjí abstraktní myšlení. Dochází také k rozvoji řeči, zvyšuje se slovní zásoba. Jedinci jsou schopni se efektivněji učit a to na základě logických souvislostí. Zvyšuje se zájem i o četbu, hudbu, filmy a divadlo.¹²⁸

Co se týče kognitivního vývoje u dospívajících:

- Dospívající jsou schopni pracovat s pojmy, které jsou obecnější a abstraktnější. Vzniká na rovině symbolického uvažování

¹²⁵LESKOVÁ, A. *Identita adolescenta a masmédiá*. 2013, s. 26.

¹²⁶LANGMEIER, J., KREJČÍŘOVÁ, D. *Vývojová psychologie*. 1998, s. 143.

¹²⁷Tamtéž, s. 144.

¹²⁸Tamtéž, s. 144-145.

- Při řešení problémů uvažuje o možných alternativách a systematicky zkouší možnosti
- Vytváří domněnky, které jsou postaveny na reálné skutečnosti.
- Dokáže aplikovat logické operace, které jsou nezávislé na obsahu soudů
- Dospívající dokáží myslet o myšlení, vytváří soudy o soudech¹²⁹

Hlavním specifikem tohoto období je uvolnění ze závislosti na rodičích a navazováním významnějších vztahů se svými vrstevníky obojího pohlaví. Každý jedinec v období dospívání si hledá různé způsoby, jak se osamostatnit, aniž by ztratil vztah ke svým rodičům. Jedním ze způsobů je mít kritický postoj vůči nim, odmítají projevy náklonnosti a lásky a na druhé straně mnohdy nekriticky berou nové vzory chování a životní cíle.¹³⁰

Na začátku děti vytváří skupiny z jedinců stejného pohlaví – *skupinová izosexuální fáze*. Tyto skupiny jsou stabilní a zejména podléhají jisté organizaci. Členové mají své specifické role a funkce uvnitř skupiny. Vyžaduje se loajalita a opačné pohlaví je odmítáno. Poté se objevuje potřeba intimního párového přátelství. Jedná se o *individuální izosexuální fázi*. Přátelé se nepodřizují normám skupiny. Přátelství u chlapců je postaveno na společných zájmech a u dívek na emoční náklonnosti. Přátelství z tohoto období mohou vydržet dlouho, někdy až do pozdní dospělosti.¹³¹

Na přelomu pubescence a adolescence se objevují vztahy mezi oběma pohlavími. Vznikají první lásky a jedná se o *heterosexuální fázi polygamní*. Prvkem je zvědavost, přitažlivost a vlastní ocenění. Chlapci často dávají na obdiv svou sílu a vytrvalost a dívky svůj vzhled, půvab a oblíbenost. Později přichází *etapa zamilovanosti*. Tyto vztahy mohou končit manželstvím na konci adolescence na prahu dospělosti.¹³²

V tomto období dochází k typickým vnitřním konfliktům mezi psychickou a biologickou zralostí na straně jedné a sociální zralostí na straně druhé.¹³³

Mezi hlavními cíli a úlohami v tomto období jsou schopnost rozvíjet svou citovou, hodnotovou a postojeovou nezávislost a to přiměřeně ke své rodině. Strukturovat a vytvářet zdravý vztah ke svým vrstevníkům a pracovat na tvorbě nových vztahů. Vnímat eroticko –

¹²⁹Tamtéž, s. 147-148.

¹³⁰Tamtéž, s. 149.

¹³¹Tamtéž, s. 150-151.

¹³²Tamtéž, s. 151.

¹³³HAVLÍK, R., KOŤA, J. *Sociologie výchovy a školy*. 2002, s. 55.

sexuální život jako celek. Dále rozvíjet životní cíle, přijímat hodnoty a vytvářet si světonázor, za kterým si stát. Vytvořit si vlastní identitu a hlavně se připravovat na přijetí zodpovědnosti za vlastní život.¹³⁴

Období dospívání je velmi složité a to nejenom pro děti, ale taktéž pro jejich rodiče. Ti jsou často znepokojeni z odcizení jejich potomků. Je velmi důležité, aby rodiče svým dětem naslouchali, dávali najevo svůj zájem a vytvářeli důvěrnou atmosféru. Měli by taktéž své děti podporovat při hledání hodnot, hledání osobní orientace a životních cílů, tedy při tvorbě zdravého sebepečení a sebevnímání. Důležitým faktorem je také dítě podporovat v jeho samostatném úsudku, vymezení jasných hranic a přijetí odpovědnosti sám za sebe.¹³⁵

Mezi hlavní cíle a úlohy v období dospívání patří tedy rozvíjení postoje, citové, hodnotové a názorové nezávislosti a emancipovat se ke své rodině, dále vytvářet si zdravé vztahy ke svým vrstevníkům a také vytvářet nové významné vztahy. Integrovat sexuální život do svého života, rozvíjet cíle, přijímat životní hodnoty, vytvářet postupně osobní identitu a nakonec se připravovat na převzetí odpovědnosti za sebe samého.¹³⁶

3.2 Vliv televizní produkce na vývoj osobnosti dítěte

Pravděpodobně nejvíce diskutovaným tématem je vliv agresivních projevů na televizních obrazovkách na vývoj a postoje dětí.

Lesková ve své knize odkazuje na Ondrejkooviče, který uvádí, že agresivitu a násilí lze považovat za společensky nežádoucí jevy, které lze zařadit mezi sociálně patologické jevy. Přičemž agresivitu lze chápat jako útočné chování a tendenci nepřátelsky se chovat k druhé osobě, skupině či instituci. Zatímco násilí lze definovat jako jednorázový akt, při kterém člověk způsobuje druhému nějakou újmu.¹³⁷

Interdisciplinárním problémem se tak stává prezentace násilí v televizi, jeho dopad na osobnost dítěte a následná propojenost s agresivním chováním v reálném životě. Například Suchý se zmiňuje ve své teorii sociálního učení, kdy chápe agresi, jako naučené chování a stává se tak východiskem teorie sociálního učení. Tentýž autor také uvádí, že sledování televizního násilí vede k napodobování těchto vzorů chování v reálném životě. Známa je

¹³⁴ LABÁTH, V. a kol. *Riziková mládež*. 2006, s. 19.

¹³⁵ LANGMEIER, J., KREJČÍŘOVÁ, D. *Vývojová psychologie*. 1998, s. 159.

¹³⁶ LESKOVÁ, A. *Identita adolescenta a masmédiá*. 2013. s. 27.

¹³⁷ Tamtéž, s. 59.

taktéž teorie habitualizace, kdy opakované vizuální televizní násilí vede k znečitlivění a násilí se začne vnímat, jako normální všední chování. Naopak teorie stimulace tvrdí, že jedinec, pokud sleduje agresivní pořady plné násilí, se uchyluje k odhodlanosti se postavit proti tomuto způsobu chování a prezentace.¹³⁸

Rizikové věkové skupiny dětí, které jsou náchylnějšími k projevům agresivního chování. Jsou to děti, u kterých se vyskytuje predispozice k agresivním projevům. Na základě těchto predispozic mají tendence více vyhledávat pořady s touto tematikou.¹³⁹ Jak již tedy bylo zmíněno, mediální násilí vede ke zvýšení osobní agrese. Existují tři efekty sledování násilí v televizi. Přičemž děti se můžou stát necitlivými vůči bolesti a utrpením druhých, stávají se bázlivými ve světě kolem nich a projevují se agresivně k ostatním.¹⁴⁰

Faktem je skutečnost, že zobrazováním násilí v televizi plodí reálné násilí a všichni tomu bezděčně přihlíží.¹⁴¹

Televizní produkce působí na celou osobnost jedince, zejména na emocionální stránku. Média, tedy televize, vyvolává citové odezvy, jako je smutek, nostalgie, nuda, strach, slast či zuřivost. Obzvláště se odborníci zabývají strachem a úzkostí, jako emocionálními reakcemi. Například u filmu *Čelisti* byly některé emoce jedinců tak silné, až hraničily s panikou. Avšak je-li člověk často vystaven filmům, které vyvolávají jak pozitivní, tak negativní reakce, stává se odolnými proti těmto projevům. Tedy si na ně zvykne. Proto televizní produkce ve své nabídce přitvrzuje a nabízí divákům více a více násilí, brutality a jiných nežádoucích projevů.¹⁴²

Mediální obsahy vyvolávají taktéž fyziologické reakce organismu. Je prokázáno, že například film, jehož děj je plný tajemství, může u jedince zvýšit dočasně krevní tlak, zrychlit srdeční tep. Mezi další projevy lze zmínit zrychlené dýchání, pocení dlaní nebo „husí kůže“.¹⁴³

Nejvíce mediální produkce působí na chování. Nejčastějším příkladem je napodobování chování, které je prezentované v médiu. Nejčastěji vznikají obavy z napodobování nežádoucího chování, které vede k trestným činům či násilí. Často se lze setkat s přímými návody, jak trestný čin vykonat a vyhnout se sankcím. Důležitým faktorem je to, jakým způsobem je násilí včleněno do kontextu mediálních obsahů. Například riziko se

¹³⁸SUCHÝ, A. *Mediální zlo, mýty a realita*. 2007, s. 41-43.

¹³⁹Tamtéž, s. 38, 45.

¹⁴⁰LESKOVÁ, A. *Identita adolescenta a masmédiá*. 2013, s.60.

¹⁴¹DINKA, P. *Slovenské masmédiá – metódy manipulácie*. 2008, s. 24.

¹⁴²JIRÁK, J., KÖPPLOVÁ, B. *Masová médiá. 2., přepracované vydání*. 2015. s. 336-337.

¹⁴³Tamtéž, s. 337.

zvyšuje v momentě, když je násilník popsán jako přitažlivá osoba nebo násilí je prezentováno jako samozřejmá věc.¹⁴⁴

V případě působení mediálního násilí působí propletení sítě faktorů, například lze uvést dispoziční výbavu člověka, věk, učení, vzdělání a také hodnotová hierarchie, dále vliv rodiny a způsob výchovy.¹⁴⁵

Působení médií na vývoj osobnosti dítěte nepochybně vychází z toho, jak jedinec vnímá sociální realitu.¹⁴⁶ Do jaké míry mediální obsahy toto vnímání ovlivňují. Je třeba brát v úvahu, že nejvíce ohroženou skupinou jsou právě děti. Jejich představa o životě není ještě zcela ucelena, a proto bývají ohroženy manipulací ze strany médií. V tento moment jsou nejdůležitějšími rodiče, kteří by měli prostřednictvím mediální výchovy v rodině pozitivně působit na děti. Tedy schopnost odolávat vůči tlakům médií by měla být součástí socializace a výchovy. Avšak aby rodiče zvládli děti učit si vybírat a kriticky se stavět k mediální nabídce, musí sami být v této oblasti na jisté úrovni.¹⁴⁷

Niklesová uvádí výzkum Slobody, ve kterém se snažil zodpovědět otázku, jak ovlivňují televizní postavy genderovou identitu dětí. Došel k názoru, že postavy skutečně ovlivňují tuto identitu, ale míra je individuální a vychází z motivace dítěte uspokojovat určitou potřebu. Například některé televizní vzory mohou nahrazovat vzor z rodiny nebo mohou dávat návod na genderové zrání. Tento autor se zmiňuje o typologii postav-vzorů u chlapců i dívek.

Například: *Kráska*, zde je nejdůležitější atraktivita. Ve středu zájmu jsou materiální prožitky, životní styl. *Nevěsta*, vše se dělá pro muže, veškeré chování se mužům podřizuje, snaha být muži uctívána. *Poddajná*, zde převládá snaha přizpůsobovat se okolí, existuje velká potřeba pravidel, uctívání autorit. *Mateřská*, převládá ochota, myslí neustále na ostatní a vlastní potřeby jsou vedlejší. *Žena*, zde je snaha se prezentovat jako plnohodnotná osoba, chce zdůraznit svou ženskost a atraktivitu, věří v sebe samu a ve svůj potenciál. Stejně tak u chlapců, kdy lze vyjmenovat typy postav-vzorů: Osamělý vlk, Malý četník, Ušlechtilý fantom, Mazaný chlápek, Dobrý přítel a Neposedný slídlil¹⁴⁸

Je nezpochybnitelné, že mediální svět do velké míry ovlivňuje vývoj osobnosti dítěte. Rodiče, učitelé i instituce jsou velmi důležitou součástí, protože mohou ovlivnit tento vývoj a možný negativní dopad na osobnost dítěte.

¹⁴⁴Tamtéž, s. 338.

¹⁴⁵LESKOVÁ, A. *Identita adolescenta a masmédiá*. 2013, s. 62.

¹⁴⁶JIRÁK, J. KÖPPLOVÁ, B. *Masová média. 2., přepracované vydání*. 2015, s. 357.

¹⁴⁷LESKOVÁ, A. *Identita adolescenta a masmédiá*. 2013, s. 104.

¹⁴⁸NIKLESOVÁ, E. *Teorie a východiska současné mediální výchovy*. 2007, s. 104.

3.3 Vliv televizní reklamy na potřeby dítěte

Televize a reklama hrají důležitou roli při utváření kulturních hodnot u dětí a mladistvých. Za jistých podmínek se stávají odrazem národní kultury. Tedy příjemci reagují na reklamu v rámci své kultury, životního stylu, hodnot, přání a způsobu vnímání. Tudiž obsah reklam, by měl odrážet společenskou a kulturní realitu země.¹⁴⁹

Reklama je založena na možnosti dosáhnout naplánovaných účinků, tedy cíleně ovlivnit působení médií. Snahou je dosáhnout pomoci sdělení u příjemců nějakého chování, které je žádoucí z pozice zadavatele reklamy.¹⁵⁰

Reklama lze pozorovat všude kolem nás a nelze se jejímu vlivu zcela vyhnout. Jsme jí ovlivněni, aniž bychom si to uvědomovali. Tvůrci reklam chtějí oslovit co největší počet jedinců a zvýšil se tak prodej služeb či výrobků. Některé reklamy jsou velmi snadno zapamatovatelné, často je opakujeme a mnohdy se jim vysmíváme, a právě proto, jak je vnímáme, ovlivňují naše subjektivní myšlení a hodnotový žebříček.¹⁵¹

Důležitý brát v potaz, že reklamy nepodávají reálný obraz o zboží, ale snaží se vzbudit dojem, že ono zboží je přímo pro nás a že jej nutně potřebujeme. Reklamy vytváří tzv. „iluzi štěstí“. Na základě spotřebního chování se rozlišují hodnoty času, peněz, vyjimečnosti a odlišení, lásky, zdraví, hodnota technické vyspělosti, ochrany zvířat, hodnota konformity a ochrany životního prostředí.¹⁵² Reklama v televizi je vhodná pro zboží jako například jogurty, prací prostředky. Mezi nejpočetnější cílové skupiny pro zadavatele jsou senioři a ženy na mateřské dovolené. Velmi citlivou se stává reklama pro děti, zejména v nepřímé podobě představuje narůstající část trhu reklamy.¹⁵³

Přestože děti nemají finanční prostředky, jsou tedy nejvýznamnější cílovou skupinou, na kterou se zaměřují tvůrci reklam. Je to způsobeno faktem, že děti jsou snadno manipulovatelné a jejich rodiče podléhají přáním svých dětí. Například některé reklamní agentury spolupracují s dětskými psychology. Dá se říct, že tato taktika je mnohdy neetická, ale zadavatelům se poměrně vyplácí, protože jsou schopni dítě dostatečně oslovit a vzbudit u

¹⁴⁹PAVLŮ, D. *Dítě a reklama: odborná konference s mezinárodní účastí - Zlín 8. května 2003 : 43. mezinárodní festival filmů pro děti a mládež*. 2003, s. 10-11.

¹⁵⁰JIRÁK, J., KÖPPLOVÁ, B. *Média a společnost*. 2007, s. 157.

¹⁵¹NIKLESOVÁ, E. *Teorie a východiska současné mediální výchovy*. 2007. s. 105.

¹⁵²Tamtéž, s. 105-106.

¹⁵³MUSIL, J. *Úvod do sociální a masové komunikace*. 2008, s. 63.

něj zájem. Řada států se těmto praktikám brání, například Švédsko zakazuje přerušovat pořady pro děti reklamou do 12 let. Také se nesmí vysílat reklama těsně před nebo po dětských pořadech. V Norsku je zakázaná reklama, která je mířená na děti. V naší republice tato opatření chybí. Ovšem začíná se alespoň o tomto tématu hovořit a přemýšlet. Například se nabízí možnost cílené regulace reklam na dětskou populaci. Zejména se tato regulace týká propagace nezdravých potravin.¹⁵⁴

Rodiče mnohdy nemohou ovlivnit, aby dítě podlelo potřebě vlastnit danou věc či produkt, nýbrž mohou v zásadě eliminovat efekt působení reklam. Tedy naučit dítě pochopit rozdíl v tom, zda něco chce nebo to v zásadě potřebuje. Existuje řada pravidel, které se mohou využít. Například dívá-li se dítě na televizi a začne reklama v průběhu jeho pořadu, televize se může ztlumit, upozornit dítě, že běží reklama, aby pochopilo, že se zrovna odehrává neatraktivní část jeho pořadu. Tato situace je mířená spíše na mladší děti. U dospívajících je možné vysvětlit, na jakém principu reklama funguje. Například jakou formou jsou do pořadu umístěny produkty, které mají za cíl ovlivnit rozhodování konzumentů.¹⁵⁵

Pokud je reklama mířená na děti staršího školního věku, tak bývá spojena s jejich pop-kulturou zpěváků, písniček, apod. Tyto trendy ovšem netrvají příliš dlouho. Reklama je utvářena do podoby vrstevníků, kteří mají stejné hodnoty. Zdůrazňuje se osobitost a schopnost samostatnosti. Starší školní děti se můžou vést k zamyšlení nad reklamou, jako například nad finančními a etickými prvky. Reklamy, které mají oslovit dospívající, jsou zaměřené na citové tápání, nesmělost i trapasy, dále pokusy o navazování vztahů. To vše se šťastným koncem. Reklamy využívají často slovník dětí tohoto věku, doplněné o výrazný slogan s atraktivní hudbou. Útočí se zřetelně na emoce. Například se velmi často uplatňuje tento přístup při propagaci značkového oblečení, značkových nápojů, značkových aut.¹⁵⁶

Nelze tedy popřít, že děti jsou reklamou nejvíce ohroženy. Vzhledem k přemíře reklamního sdělení všude okolo, nelze děti zcela izolovat od tlaku ze strany reklamních tvůrců. Úkolem nejenom rodičů, ale i institucí a jiných dospělých je naučit děti vnímat reklamu s jistou rezervou, kriticky rozlišovat její manipulativní kroky a schopnost se těmto trikům bránit. Rozlišovat mezi kvalitní a nekvalitní reklamou, přemýšlet, zda opravdu danou věc skutečně potřebujeme.

Naléhavost dětských požadavků narůstá v průběhu celého jejich vývoje, které jsou vytvářeny na základě reklamy a kolektivu. Rodiče tento moment zvládají mnohdy velmi

¹⁵⁴ <http://www.detiamedia.cz/art/1450/deti-a-reklama.htm>

¹⁵⁵ <http://www.detiamedia.cz/art/1450/deti-a-reklama.htm>

¹⁵⁶ <http://www.ctenarska-gramotnost.cz/medialni-vychova/mv-reklama/reklama-2>

obtížně a obzvláště tehdy, když si to rodina nemůže z finančních důvodů dovolit. Výchovu dítěte ke správnému vnímání reklamy lze vnímat jako výzvu a příležitost ke správnému vnímání mediálních obsahů a sdělení vůbec.¹⁵⁷

Reklama používá řadu manipulací. Na základě těchto manipulačních triků má být dosaženo neustále zvyšování spotřebního chování a nároků spotřebitele. Mezi tyto triky patří například podprahové působení, selektivní a neúplné informace, dále většinové působení, předstírání časového tlaku, navozování emocí, sugestivní působení a nápadnost a opakování.¹⁵⁸ To vše zvyšuje naši potřebu vlastnit onen výrobek či zboží.

Existuje mnoho typologií dělení reklam. Například podle druhu média jde o televizní, tištěnou, rozhlasovou. Podle jejich nabídky, podle druhu výrobku, podle fáze, ve které se reklama nachází a podle cílových skupin, na které je reklama mířená¹⁵⁹.

3.4 Čas a volba televizních pořadů v rámci rodiny

Dětská populace sleduje velké množství nabízených televizních pořadů, přičemž některé jsou cílené na děti a jiné spíše pro dospělé. Na základě těchto měřítek lze pořady rozdělit do několika skupin:

- *Pořady základní skupiny* – tyto pořady jsou pro děti, rodiče je vnímají jako kvalitní a sledují je téměř všechny děti. Do této skupiny můžeme zařadit *Večerníček, Zpívánky, Studio kamarád, Kouzelná školka a Kostičky*.
- *Pořady rozšiřující* - jsou také určeny dětem, ale rodiče je vnímají s jistou rezervou, tyto pořady sleduje menší počet dětí. Například *Méďa Béd'a, Tom a Jerry*, hrané filmy s dětskými hrdiny.
- *Pořady přechodné* – tyto pořady jsou pro dospělé, přesto někteří nechávají tyto obsahy své děti sledovat a dokonce mnohdy je v tom podporují. Patří sem dokumenty o přírodě, závody formulí, *Rozjezdy pro hvězdy*, taneční soutěže.
- *Pořady kontroverzní* – tyto pořady jsou pro děti, ale rodiče je neschvalují. Například sem patří animované pohádky, které obsahují násilí. *Pokémon, Digimon, Action man, Robocop*, apod. Těmto pořadům je vytýkáno nejenom násilí, ale také jistá primitivnost, jednoduchost, bezobsažnost.

¹⁵⁷ MUSIL, J. *Úvod do sociální a masové komunikace*. 2008, s. 82.

¹⁵⁸ NIKLESOVÁ, E. *Teorie a východiska současné mediální výchovy*. 2007, s. 107.

¹⁵⁹ Tamtéž, s. 109.

- *Pořady zapovězené* – tyto obsahy jsou dětem zakazované a jsou cílené pouze pro dospělé.¹⁶⁰ Zde patří všechny filmy, kde je násilí, sex, brutalita, apod.

U televizních pořadů je snahou řady kritiků rozlišit pořady podle stabilních charakteristik. Účelným způsobem rozčleňování pořadů je podle povahy zdrojového materiálu. Pořady televize lze dělit do dvou kategorií a to fikční pořady a faktuální pořady. Fikční pořady jsou výsledkem autorské konstrukce. Například u událostí se nepředpokládá vztah, který se vyskytuje v naší každodenní realitě. Taktéž u postav se míní, že jsou výplodem scénáře a jsou prezentovány prostřednictvím profesionálních herců. Faktuální pořady mají charakter referenční, tedy jde o skutečnost. Postavy jsou reálné. Lidé představují sami sebe. Pořady jsou postaveny na tvůrčí konstrukci jejich tvůrců a rozdíl je pouze v její míře. V této oblasti se název faktuální využívá pro účely komunikace s televizními diváky. Tvůrci se snaží o nabídku faktických informací o světě. U těchto pořadů se nabízí představa existence bezprostředního vztahu k realitě. Tedy představa o reálné existenci postav v těchto pořadech.¹⁶¹

Žánr dětských pořadů má institucionalizovanou oporu, která je formulována legislativně. Termín, který je velmi často používán v souvislosti s dětskými pořady je tzv. morální panika, kdy dochází ke kombinaci negativní aury televize jako mladého média, vzdělávací funkce televize vztahované k dětem a jejich mentálnímu vývoji. Tento termín označuje strach z ohrožení vývoje vlastní kultury. Teorie vychází z předpokladu, že média hrají roli v negativním formování názorů a postojů.¹⁶²

Situaci, ve které se v rodině televize sleduje, lze rozdělit také do tří skupin: *Zadáno pro děti* – jedná se o situaci, kdy je televize zapnutá kvůli dítěti a běží pořad, na který se dítě chce dívat. Z výchovných hledisek se mnohdy dívá s dítětem i rodič. *Soustředěné prohlížení* – televize běží kvůli dospělému a jeho pořadu, přičemž se s ním dívá i dítě. Nejedná se ovšem o zapovězený pořad a je pro dítě zajímavý. *Prohlížení periferní* – pořad sledují dospělí nebo funguje jako kulisa. Dítě pořad téměř nesleduje a vykonává jinou činnost.¹⁶³

Množství času stráveného dětmi u televize je různorodý: 0-10 minut, kdy tato varianta se týká především nejmladších dětí, ti sledují zejména Večerníček v tomto časovém rozmezí. Mnohdy tomu ani není pravidelně 30-90 minut, týká se starších dětí, sledovanost televize je rozvržena do jednotlivých časových úseků v průběhu celého dne 90-180 minut,

¹⁶⁰ŠEĎOVÁ, K. *Děti a rodiče před televizí. Rodinná socializace dětského televizního diváctví*. 2007. s. 54.

¹⁶¹KORDA, J. *Úvod do studia televize I*. 2014, s. 8.

¹⁶²KORDA, J. *Úvod do studia televize*. 2005, s. 68-69.

¹⁶³ŠEĎOVÁ, K. *Děti a rodiče před televizí. Rodinná socializace dětského televizního diváctví*. 2007, s. 58-59.

kdy děti sledují v tomto ohledu nejenom televizní pořady, ale mnohdy i DVD, či jiné pořady na internetu. Rodiče nemají námitky a často své děti ve sledování i podporují. A nakonec bez limitu, televize je puštěná téměř neomezeně po celý den. Funguje tedy i jako kulisa či prostředek k záměrnému sledování konkrétních pořadů.¹⁶⁴

Jakou dobu dítě tráví u televizní obrazovky, závisí, na jaké pořady se dívá a v jaké situaci. Režim dětského diváctví lze shrnout následujícím způsobem. Minimální konzumace, kdy sledovanost televize dítětem je nepravidelná a trvá přibližně 10 minut. Následuje dětské menu, přičemž dítě sleduje televizi přibližně jednu hodinu a sleduje základní pořady. Dále televize jako hobby, dítě sleduje televizní obsah kolem dvou hodin denně, dívá se na pořady základního typu, rozšiřujícího typu a přechodného typu. Nakonec režim XXL, dítě sleduje televizi neustále, dívá se na všechny typy pořadů a to i na zapovězené i kontroverzní.¹⁶⁵

Řada odborníků se zamýšlí, na co by se měly děti dívat. Šed'ová odkazuje na Macka. Ten vychází z vývojových psychických potřeb dítěte a uvádí, že vhodné pořady nelze hodnotit v celku, nýbrž konkrétně k jednotlivým věkovým obdobím. Co se týče modu sledování televize, Šed'ová uvádí tvrzení Comstocka a Sharerové, kdy třetina diváků se dívá na pořad, který si nevybrala a tím pádem je jejich pozornost rozptýlena a rozdělena mezi sledovaný pořad a jiné aktivity. Tento fakt je patrný obzvlášť u dětí. Děti si dost často nejsou schopny v domácím prostředí prosadit to, na co se chtějí dívat, proto se většinou dívají na televizní nabídku, která je vybraná jiným členem rodiny. Tudíž se dítě nachází v situaci přihlížení, které může být soustředěné, ale taky často periferní.¹⁶⁶

Při současné televizní nabídce je potřeba brát v potaz, že právě tato nabídka se snaží zatraktivnit vizuálně danou realitu. Proto je zapotřebí odlišovat daný předložený obsah od toho reálného. Například reality show, kdy tento druh zábavy je v posledních letech velmi aktuální a právě tvůrci těchto pořadů se snaží předložit skutečnost, že daný obsah je realita všedních životů. Lesková odkazuje na Semanovou, která se zmiňuje o škodlivosti reality show pro obzvlášť dětskou populaci, kdy si teprve vytváří postoje, formují se teprve žebříčky hodnot. Nejzranitelnější skupinou jsou tedy adolescenti, kteří často nedokážou rozlišit skutečné záměry tvůrců. Často mají sklony chápat události v televizi jako ty skutečné.¹⁶⁷

¹⁶⁴Tamtéž, s. 52.

¹⁶⁵ Tamtéž, s. 60.

¹⁶⁶Tamtéž, s. 62.

¹⁶⁷LESKOVÁ, A. *Identita adolescenta a masmédiá*. 2013. s. 54-55.

Děti napodobují různé vzory, postoje, názory a modely. Stává se, že si ne vždy vyberou vzor pozitivní, ale mnohdy přebírá způsoby i těch negativních. Například Lesková uvádí tvrzení Semanové, Tóthové a Suchého, kteří poukazují na nebezpečí socializace negativních hodnot právě prostřednictvím televizní obrazovky. Lidé, kteří se objevují v televizi, často ztvárňují hodnoty jako radost, úspěch, prestiž, perspektivu, sexualitu, ale nikoliv hodnoty, které by měly být pro naši společnost o mnohem prospěšnějšími a to štědrost, skromnost, obětavost, tolerance, pokora, čestnost, statečnost a pomoc.¹⁶⁸

3.5 Televizní rituály a stereotypy v rodinném prostředí

Sledování televize je vždy určitým způsobem vsazeno časového rozložení domácnosti a její rutiny. Časoprostorové uspořádání vzniká na základě vzájemné interakce mezi potřebami rodiny a programy v televizi. Lze konstatovat, že televizi rodina využívá pro své potřeby, ale také všichni rodinní příslušníci se svým způsobem televiznímu schématu přizpůsobují.¹⁶⁹

Pravidelnost a předvídatost televizní nabídky přináší pocit jistoty, a že se v něm lze bezpečně orientovat. Tedy jak uvádí Šedřová: „*opakované způsoby chování ve vztahu k televizi potom nabývají rituálního charakteru v tom smyslu, že zúčastněným přinášejí libost a pomáhají jim redukovat úzkost a nepohodu*“.¹⁷⁰ U menších dětí je typickým rituálem Večerníček. Většina malých dětí má spojený tento pořad s ukončením dne, s klidem a pohodou. Večerníček není však rituálem jen pro ty nejmenší. Pro rodiče se také stává symbolem klidu, poněvadž napovídá, že po něm většinou jdou jejich děti spát a dospělí mají čas jen pro sebe. Na základě pravidelnosti děti získávají pocit jistoty a bezpečí a mnohdy se stane, že pokud Večerníček nestihnou nebo je jiná výjimečná situace, dítě odmítá jít spát, protože se vybočilo z jeho stereotypu. Pro starší děti se televizní rituály objevují v průběhu celého dne. Snad nejvíce se vyskytují po návratu ze školy, kdy dítě usedá k televizi a sleduje mnohdy nevhodné seriály a pořady. V tento moment často nemohou zasáhnout rodiče, obzvláště pokud pracují.

Na dětské televizní sledování mají vliv domácí rutiny. Tyto rutiny vytváří podmínky, ve kterých se televizní diváctví uskutečňuje. Z těchto rutin vychází skutečnost, kolik času věnují sledováním televizních pořadů. Domácí rituály jsou stále se opakující s velmi malou variabilitou. Proto se tyto rutiny stávají silným socializačním nástrojem, na jehož základě dítě

¹⁶⁸Tamtéž, s. 56.

¹⁶⁹ŠEDŘOVÁ, K. *Děti a rodiče před televizí. Rodinná socializace dětského televizního diváctví*. 2007. s. 82.

¹⁷⁰Tamtéž, s. 83.

získává návyky. Například, zda se dítě smí dívat u jídla na televizi. Domácí rutiny nebývají nijak zvlášť dětem vysvětlovány, spíše jen povrchně a to z důvodu, že se nad nimi nikdo nepozastavuje a bere je jako součást rodinného dění.¹⁷¹

Jedním z důležitých momentů je, jak často se sami rodiče dívají na televizi. Sledovanost rodičů je tak úzce spjata se sledovaností jejich dětí. Tento fakt je spojen s potřebami rodičů. Ti, pokud mají potřebu se dívat na televizi, vystavují své děti možnosti se také dívat na televizi a tím zvyšují jejich televizní konzumaci. Naopak rodiče, kteří televizi nevyhledávají, nepouštějí ji ani svým dětem. Chování rodičů nastavuje mantinely dětské televizní konzumaci a zároveň slouží jako modelové chování.¹⁷²

Šeďová odkazuje Bryceovou, která rozlišuje dvojí způsob práce s časem, kterým rodiny disponují, jedná se o monochronický, kdy aktivity jsou organizovány bez překrývání a důraz je kladen na přesnost, kalendář a hodiny. Tímto způsobem využití televize představuje plánovanou aktivitu bez dalších rušivých činností. Dále polychronicky dochází k souběhu více aktivit, bez přesností a plánování. Použití televizní nabídky tímto směrem umožňuje televizi zapojit do dalších jiných aktivit, tedy sledování programů není plánovanou činností, je spíše nesoustředěné a přerušované.¹⁷³

Velmi diskutovaným tématem je tedy spojení televize a času. Například zarputilí televizní konzumenti si neumí představit jakým způsobem vyplnit čas při absenci televize. Některé televizní programy slouží v rodinách jako opěrné časové body pro organizaci denních aktivit a činností. Chod některých domácností se tak přizpůsobuje nabídce televizních programů, kdy na určitý program „má být klid“. Tudíž existuje vzájemné propojení mezi domácími rutinami a televizním programem. Podle Šeďové tato symbióza má své kořeny v potřebě řádu a je antropologicky stálá.¹⁷⁴

¹⁷¹Tamtéž, s. 84.

¹⁷²Tamtéž, s. 85.

¹⁷³Tamtéž, s. 87.

¹⁷⁴Tamtéž, s. 87.

4 Vlastní výzkumné šetření – případové studie

Termín kvalita označuje hodnotu nebo vlastnosti a na jejichž základě se dozvídáme podstatu předmětu, o které se zajímáme.¹⁷⁵ Kvalitativní přístup využívá principy jedinečnosti, neopakovatelnosti, procesualnosti a dynamiky.¹⁷⁶

Prostřednictvím kvalitativního výzkumu se hledá porozumění na základě metodologických principů zkoumaného lidského nebo sociálního problému. V tomto typu výzkumu se hledá komplexní holistický obraz, analyzují se některé typy textů, získávají se informace o názorech a postojích účastníků výzkumu a to vše se provádí v přirozených podmínkách.¹⁷⁷

V kvalitativním výzkumu jde především o navrhování nových hypotéz a teorií, které induktivně vychází ze získaných dat. Indukce jako taková stojí na opakovatelnosti. Z určitých pozorování se vyvozuje tvrzení, které je však pouze pravděpodobností. Přesto někteří autoři tvrdí, že zda se nějaký jev objeví alespoň jednou, lze předpokládat jeho možnou existenci a tudíž je nutné jeho vysvětlení.¹⁷⁸ Jde o nenumerické výzkumy, jejichž cílem je popsat a zdůvodnit námi získané informace.¹⁷⁹

Pomocí kvalitativně orientovaného výzkumu získáváme popis a vzhled fenoménu, jedince nebo skupiny, popřípadě nějaké události.¹⁸⁰ Výzkum pro účely této práce se zabýval otázkou, jaký vliv má rodinné působení na volbu mediálních obsahů u dětí jedináčků. Tedy rodinná výchova, úplnost či neúplnost rodiny a sociální zabezpečení.

Výzkum umožňuje také zkoumat procesy, navrhuje již zmíněné nové teorie a zároveň dokáže pružně reagovat na danou situaci a podmínky při samotném zkoumání. Vedle těchto významných pozitiv se však dají i zaznamenat jisté nedostatky kvalitativního šetření. Například znalost, kterou jsme získali v průběhu šetření, nemusí být zobecnitelná na prostředí či populaci. Dále je mnohdy těžké dělat kvantitativní predikace a testovat hypotézy a teorie. Mnoho času také zabere získávání dat potřebných k tomuto typu výzkumu a nakonec výzkumník může mnohdy ovlivnit svými subjektivními postoji výsledky výzkumu.¹⁸¹

¹⁷⁵ MIOVSKÝ, M. *Kvalitativní přístup a metody v psychologickém přístupu*. 2006, s. 13.

¹⁷⁶ Tamtéž, s. 18.

¹⁷⁷ HENDL, J. *Kvalitativní výzkum*. 2008, s. 48.

¹⁷⁸ ŠEĎOVÁ, K. *Děti a rodiče před televizí. Rodinná socializace dětského diváctví*. 2007, s. 38.

¹⁷⁹ HELLEBRANDT, V., SEBĚRA, M., ZHÁNĚL, J. *Metodologie výzkumné práce*. 2014, s. 15.

¹⁸⁰ Tamtéž, s. 18.

¹⁸¹ Tamtéž, s. 18.

Na počátku výzkumu bylo ujasněno, kdo jej bude provádět, jaká jsou výchozí stanoviska, jaký je účel a jak se budou analyzovat data. Kvalitativní výzkum má svá specifika při využitelnosti metod. Mezi ty základní patří rozhovor. Přičemž tuto metodu lze využít i v kvantitativním výzkumu, kdy záleží na podobě a účelu rozhovoru. Ve výzkumu kvalitativním jsou rozhovory hloubkové, strukturované či polostrukturované, jejichž cílem je získat podrobné a komplexní informace o dotazovaném.¹⁸²

Ve výzkumu byl použitý polostrukturovaný rozhovor. Jak uvádí Sedláková, rozhovor je uměle navozenou sociální situací, kterou záměrně vytvořil tazatel.¹⁸³ Při vedení rozhovoru v rámci kvalitativního výzkumu je nutná vybavenost výzkumníka v oblasti empatie, citlivosti, koncentrace, jisté dovednosti a interpersonálního porozumění. Při tvorbě rozhovoru je potřeba zvážit řadu okolností a ty zohledňovat při stanovení otázek. Obzvláště je důležitá část úvodní a závěrečná.¹⁸⁴

Podstatou těchto rozhovorů je jistá příprava otázek, ale není vyloučené, aby tyto otázky byly v průběhu obměňovány, přeskakovány nebo doplňovány o jiné. Tyto rozhovory umožňují zadat otázky více lidem najednou a mít tak okamžité srovnání. Dotazovaný může poukázat na své perspektivy či zkušenosti.¹⁸⁵ Rozlišují se otázky primární, sekundární a sondážní. Vzhledem k tomu, že při této metodě dochází často k mísení strukturovaného a nestrukturovaného rozhovoru, zdá se být tento typ nejideálnější pro zjišťování dat od dotazovaného. Mezi další výhody patří možnost klást doplňkové otázky a upřesnit tak striktní odpovědi na stanovené otázky.¹⁸⁶ Pro jeho výhody byl tento typ rozhovoru uplatněn v tomto výzkumu.

Patton (1990) uvádí základní rozdělení otázek v rozhovorech.

- Otázky o zkušenostech a chování – jedná se o aktivity dotazové osoby. Týká se to otázek: *Kdybych byl neustále pohromadě se zpovídanou osobou, co bych viděl, že dělá? Co se jí všechno přihodilo?*

¹⁸²ŠVAŘÍČEK, R. *Kvalitativní výzkum v pedagogických vědách*. 2007, s. 12-13.

¹⁸³SEDLÁKOVÁ, R. *Výzkum médií*. 2014, s. 208.

¹⁸⁴HENDL, J. *Kvalitativní výzkum*. 2008, s. 166.

¹⁸⁵Tamtéž, s. 174.

¹⁸⁶MIOVSKÝ, M. *Kvalitativní přístup a metody v psychologickém přístupu*. 2006, s. 161.

- Otázky vycházející z názorů dotazovaného – na základě těchto otázek lze zjistit, jaký pohled na svět má dotazovaný. Jaké jsou jeho hodnoty, názory, touhy a záměry. Lze se ptát: *Co si myslíte? Co byste si přál/a?*
- Otázky o pocitech – při těchto otázkách je důležitá schopnost tazatele rozlišit u dotazovaného mezi názory a citovými reakcemi. Při pokládání otázek zjišťujeme emotivní odpovědi na to, co se děje. Např. *Co cítíte?*
- Otázky zjišťující jisté znalosti – těmito otázkami lze zjistit určitou úroveň znalostí dotazovaného. Jedná se o fakta.
- Otázky vztahující se k vnímání – pomáhají zjišťovat, co dotazovaná osoba slyšela, či viděla. Např. *Na co se tě matka ptala, když jsi ji viděl/a.*
- Demografické a kontextové otázky – Jedná se o zjišťování věku, bydliště, platu, zaměstnání, školy, vzdělání, apod. Jde o rutinní záležitosti, kde nejsou nutné znalosti.¹⁸⁷

V tomto výzkumu byly využity otázky o pocitech, které se vztahují k vnímání a také otázky kontextové.

Při kladení otázek bylo dbáno na jejich srozumitelnost, jasnost a přesnost. Nepoužívaly se příliš odborné termíny, kterým by dotazovaní nemuseli rozumět.¹⁸⁸ Mezi základní skupiny, které byly vyžity, patří:

- Rozhodovací otázky – obsahují základní i neznámé otázky, mají podobu kladnou i zápornou
- Alternativní otázky – dávají možnost výběru avšak je zde riziko sugesce
- Doplnňovací otázky – jsou to velmi časté otázky, které specifikují rámec pro odpověď. Tyto otázky bývají uvedeny tázajícími zájmeny
- Naváděcí otázky – umožňují jakoukoliv odpověď a určující základní rámec. Vyzývají k rozvedení odpovědi.¹⁸⁹

Rozhovory byly postaveny na otázkách otevřených i uzavřených, přičemž byly zaznamenávány poznámky v průběhu rozhovorů a brán ohled jak na odpovědi, tak na neverbální projevy dotazovaných. Snahou bylo vytvořit vhodnou a poklidnou atmosféru, která

¹⁸⁷HENDL, J. *Kvalitativní výzkum*. 2008, s. 168.

¹⁸⁸ŠVARÍČEK, R. *Kvalitativní výzkum v pedagogických vědách*. 2007, s. 175.

¹⁸⁹MIOVSKÝ, M. *Kvalitativní přístup a metody v psychologickém přístupu*. 2006, s. 171-172.

by byla příjemná a vedla k otevření participanta. Na počátku byli účastníci ubezpečeni o zachování soukromí, anonymitě a důvěrnosti dat. Rozhovory vycházely z prostudované literatury ze strany výzkumníka.

Další metodou tohoto výzkumu bylo pozorování, které bylo kombinováno s rozhovorem v přirozeném prostředí. Pomocí pozorování byly zjišťovány přirozené a skutečné projevy zkoumaných jedinců. Pozorování bylo tedy nezúčastněné a strukturované, kdy se jednalo o získání informací a dat bez přímého kontaktu. Snahou bylo pochopit určitý kódovací systém, který by umožnil rozklíčovat data, která byla nashromážděna. Jednalo se o dimenze mimo lingvistického chování, lingvistické chování, kde se vyskytovaly rozhovory, prostorové chování, kdy se sledoval a zaznamenával pohyb jedince k ostatním a také neverbální chování, které zahrnovalo tělesné pohyby.¹⁹⁰

4.1 Výzkumný problém

Výzkumným problémem je výběr mediálních obsahů u jedináčků a vliv jejich rodinného působení na jejich volbu. Zde je snaha pochopit, jakým způsobem rodina ovlivňuje rozhodování u dětí v této oblasti. Stejně tak proniknout do rodinného prostředí a pochopit sociální vztahy mezi jednotlivými rodinnými příslušníky a z toho vyplývající případné možnosti působení rodičů na své děti v oblasti televizní konzumace.

4.2 Cíl výzkumu

Cílem výzkumu je zjistit, jakým způsobem a jak hluboce rodina ovlivňuje volbu televizních obsahů u dětí jedináčků. Snahou je porozumět, pochopit a interpretovat jednotlivé vlivy. Záměrem výzkumu je porozumět výchově ve vybraných rodinách a vnímat interakce mezi jednotlivými členy. Pochopit, zda rodinná výchova může skutečně jistým způsobem ovlivňovat děti při volbě televizních obsahů, stejně tak i prostředí, ve kterém děti vyrůstají.

4.3 Výzkumné otázky

Základní výzkumnou otázkou tohoto výzkumu je: Jaký vliv má rodinné prostředí na volbu televizních obsahů u dětí jedináčků staršího školního věku?

Specifické výzkumné otázky:

- Jak se liší volba mediálních obsahů dětí jedináčků žijících v úplných a neúplných rodinách?

¹⁹⁰HENDL, J. *Kvalitativní výzkum*. 2008, s 203.

- Jak se liší volba mediálních obsahů u jedináčků v závislosti na výchovném působení v rodině?
- Jak se liší volba mediálních obsahů u dětí jedináčků z různých sociálních vrstev?

První ze specifických výzkumných otázek by měla zjistit, vliv má rodinného prostředí na výběr obsahů u jedináčků, pokud vyrůstají v úplné rodině nebo s jedním z rodičů, v tomto případě s matkou.

Druhá z otázek by měla ujasnit, jestli druh výchovného působení v rodině může ovlivňovat volbu televizních obsahů u dětí bez sourozenců.

Poslední ze specifických otázek zjišťuje, jestli jedináčci z různých sociálních vrstev volí různé varianty mediálních televizních obsahů.

4.4 Cílová skupina, popis sledovaných jedinců

Cílovou skupinou byly zvoleny děti ve věku 12 až 15 let. Jedná se tedy o děti staršího školního věku, což je období, které trvá do ukončení základní školní docházky a je označováno jako pubescence.¹⁹¹ Toto vývojové období se vyznačuje touhou dítěte po své nezávislosti a odpoutání se od rodičů. Pubescenti hledají vlastní identitu, životní hodnoty a budují si vlastní postavení ve společnosti. Každé dítě hledá tedy způsob, jak dosáhnout své samostatnosti, aniž by ztratilo svůj vztah k rodičům. Existuje řada způsobů, jak toho děti chtějí dosáhnout. Nejčastěji jde o přemístění citových vztahů doprovázeno přeháněním rozdílů, které děti hledají v chování, v názorech, v zájmech a v hodnotách svých rodičů a jiných autorit. Proto se setkáváme často v tomto období s jistou revoltou proti rodičům, zároveň je kritizují a vytykají jim jejich nedostatky. Na druhé straně nekriticky přijímají nové vzory a životní cíle.¹⁹² Děti v tomto období tráví se svými kamarády mnoho času a zároveň si ve skupině budují svou pozici, což má velký význam pro jejich správný vývoj.¹⁹³ Tyto nové vztahy dávají dětem jistotu, kterou ztrácí odpoutáváním od rodičů a zároveň se tímto způsobem připravují na nové trvalejší vztahy v dospělosti.¹⁹⁴

Dále značný prostor byl věnován i rodičům dětí, kterým byly kladeny otázky a pozorovány jejich reakce. Každá ze zvolených rodin uplatňuje jiný druh výchovného působení, což vplynulo z následných odpovědí jak dětí, tak samotných rodičů a jejich reakcí.

¹⁹¹VÁGNEROVÁ, M. *Vývojová psychologie: Dětství, dospělost, stáří*. 2000, s. 148.

¹⁹²LANGMEIER, J., KREJČÍŘOVÁ, D. *Vývojová psychologie*. 1998, s. 149.

¹⁹³BOCAN, M., MAŘÍKOVÁ, H., SPÁLENSKÝ, A. *Hodnotové orientace dětí ve věku od 6-15 let*. 2011, s. 72.

¹⁹⁴LANGMEIER, J., KREJČÍŘOVÁ, D. *Vývojová psychologie*. 1998, s. 150.

Výzkumné šetření probíhalo prostřednictvím tří případových studií. Jednotlivé případy popisují chování dětí v závislosti na jejich rodinném působení a ovlivnění ze strany rodičů. Byly popsány jejich zvyky v rodinném prostředí a způsob volby televizních obsahů.

První případová studie poukazuje na situaci dívky Kristýny ve věku 15 let, která vyrůstá v neúplné rodině, pouze se svou matkou. Jejich sociální zabezpečení je na hraně chudoby a to nejenom v důsledku matky jako samoživitelky, ale také vlivem nedostatků financí způsobené zadlužením rodiny. Případová studie poukazuje na chování dívky v jejím domácím prostředí a vlivu rodinné výchovy v rámci sledovanosti televizních obsahů a jejich způsobu volby.

Druhá případová studie zachycuje životní situaci chlapce Dominika ve věku 13 let, který žije v úplné rodině, relativně dobře finančně zabezpečené. Chlapec je velmi všestranně nadaný a vyniká obzvláště v oblasti ITC technologií. Vyznačuje se velikou ctižádostí a snahou dosáhnout svého cíle, tedy být programátorem, přičemž jeho rodina chlapce značně podporuje. Studie charakterizuje jeho volbu a způsoby televizních obsahů.

Třetí případová studie se zabývá dívkou Klárou ve věku 14 let, která žije v úplné rodině ve velkém rodinném domě. Klára je velmi chytré dítě. Navštěvuje mnoho kroužků, přičemž jí nezbyvá mnoho času dělat něco podle svého. Rodiče se vyznačují velkou přísností a autoritativním přístupem. Případová studie se snaží analyzovat její možnosti voleb televizních obsahů.

4.5 Způsoby sběru dat a technika analýzy

Ve výzkumu byla data získávána v jednotlivých případových studiích prostřednictvím rozhovorů s jednotlivými účastníky. Tito účastníci výzkumu byli vybráni na základě známostí mezi výzkumníkem a zkoumaných. Dívka Kristýna z první případové studie je přímo z rodinného kruhu výzkumníka.

Rozhovory byly kombinované s pozorováním různých situací a projevů účastníků. V první případové studii vychází data z dlouhodobého vztahu mezi výzkumníkem a zkoumaným. V dalších studiích výzkumník trávil pravidelně čas ve zkoumaném prostředí, aby získal dostatek potřebných dat. Všechna data byla zaznamenávána prostřednictvím poznámek.

Rozhovory byly vedeny s dětmi doplněné o volné otázky vzniklé při potřebě získání více informací, stejně tak s jejich rodiči, zejména s matkami. Ve všech případech před tím,

než byly děti dotazované, byl získán souhlas jejich zákonných zástupců. Rozhovory probíhaly v odpoledních hodinách a trvaly cca 30 minut. Při rozhovorech byly přítomny pouze děti ze studií, jejich rodiče byli ve vedlejších místnostech. Při získávání informací ze strany rodičů, byly rozhovory vedeny převážně v obývacích pokojích, v jednom případě v pracovně rodičů.

Seznam otázek k rozhovorům: (týkajících se dětí)

1. Kolik je ti let?
2. S kým žiješ v domácnosti?
3. Máš svůj vlastní pokoj? Pokud ano, máš v něm vlastní televizi?
4. Se kterou osobou trávíš nejvíce času u televize?
5. Kolik času trávíš denně u televize?
6. Kterou televizní stanici sleduješ nejčastěji? Proč?
7. Rozhodují rodiče o tom, na co se budeš v televizi dívat?
8. Na který pořad se v televizi díváš nejčastěji a proč?
9. Řekl/a bys, že dáváš v televizi přednost zahraničním pořadům nebo české produkci? Proč?
10. Kterým televizním hrdinou by ses chtěl/a stát?
11. Existuje pořad, u kterého se schází celá tvá rodina? Proč?
12. Které televizní postavě bys přirovnal/a svou matku?
 - a) Marge (Simpsonovi)
 - b) Manka (matka Cipíska)
 - c) Xena (princezna bojovnice)
 - d) Princezna se zlatou hvězdou na čele
 - e) Nebo někdo jiný? (kdo)
13. Které televizní postavě bys přirovnal/a svého otce? (tato otázka je mířená pouze u dětí z úplných rodin)
 - a) Homer (Simpsonovi)
 - b) Rumcajs (otec Cipíska)
 - c) Mike (otec z rodiny Průměříáků)
 - d) Superman
 - e) Nebo někdo jiný? (kdo)
14. Pokud potřebuješ s něčím poradit, za kým jdeš?
15. Určují často rodiče, co máš dělat?
16. Existuje v životě nějaká věc, která ti chybí? Jaká?

17. Můžeš o sobě říci, že jsi šťastný/á? Proč?

Otázky č. 12 a 13 byly zvoleny následujícím způsobem. Jednotliví televizní hrdinové byli zvoleni na základě rozmanitosti jejich povahových rysů. Otázky byly doplněny i o otevřenou variantu, kde respondenti měli možnost se vyjádřit, pokud nenašli přirovnání v nabídnutých variantách. Mezi typické vlastnosti, které se u těchto hrdinů vyskytují, patří: láska, dobrota, statečnost, bojovnost, ochota, starostlivost, ale také laxnost.

Seznam otázek k rozhovorům: (týkajících se rodičů)

1. Trávíte čas u televizní obrazovky se svým dítětem? Pokud ano, jak často?
2. Hovoříte někdy se svým dítětem o programech, na které se dívá?
3. Souhlasíte s tím, na co se vaše dítě dívá v televizi? Proč?
4. Existuje nějaká nabídka pořadů v televizi, které byste svému dítěti určitě zakázali? Proč?
5. Existuje v televizi nabídka programů, které byste naopak svému dítěti doporučili?
6. Jak byste popsali vztah se svým dítětem a způsob Vaší výchovy?
7. Jak se projevuje Vaše dítě ve škole?

Pozorování bylo nezúčastněné a strukturované, zaměřováno bylo na jistý způsob chování, přičemž zde nebyla snaha o interakci, ale o získání informací a dat bez přímého kontaktu. Cílem bylo pozorovat a vnímat celkový chod v domácnostech, atmosféru vyplývající z komunikace mezi rodinnými příslušníky a pochopit jejich vztahy.

Všichni účastníci tohoto výzkumu pochází z Olomouce, proto bylo v průběhu snadné se domluvit na návštěvách umožňující vykonání rozhovorů či pozorování. Návštěv bylo několik v pravidelných intervalech, přičemž všechny rodiny vycházely maximálně vstříc.

Veškeré získané informace včetně odpovědí dotazovaných měly podobu textu, který byl pečlivě zaznamenáván a doplňován průběžnými poznámkami. Analýza dat byla započata v momentě hledání prvních příčin věcí a přiřazování významů výzkumníkem, již při prvních setkání se zkoumanými jedinci. Po nashromážděném textu byla analýza započata segmentací, přičemž text byl rozdělen do několika analytických jednotek. Jednotlivé segmenty se vyznačovaly svou významností, které bylo nutné dokumentovat. Mezi přirozené segmenty patřily odpovědi při rozhovorech dotazovaných.¹⁹⁵

¹⁹⁵HENDL, J. *Kvalitativní výzkum. Základní teorie, metody a aplikace*. 2008. s. 228.

Dalším krokem bylo otevřené kódování. Tento způsob umožňoval popsat jednotlivá data. Samotný kód představoval určitý symbol, který byl přiřazený k úseku získaných dat, tím došlo k určité kategorizaci.¹⁹⁶ Cílem bylo dosáhnout, aby jednotlivé názvy byly srozumitelné a vystihovaly způsob chápání ze strany výzkumníka. Jednotlivé kódy byly abstraktní než samotný text. Dalším stupněm bylo vytvoření kategorií, které byly pojmenovány na základě pojmového rozsahu vlastních kódů.¹⁹⁷

Poznámkování probíhalo po celou dobu výzkumu. Jednotlivé poznámky byly datovány, rozříděny podle témat a měly konceptuální povahu. Poznámky vnikaly kdykoliv, pokud vznikla nutnost zaznamenat novou důležitou myšlenku. Po celou dobu výzkumu byly reorganizovány a integrovány v určitých okruzích.¹⁹⁸

4.6 Etické otázky výzkumu

Ve výzkumu bylo uvažováno o etických pravidlech ve třech rovinách a to vlivu výzkumníka na výzkumné pole a jeho zpětné ovlivnění daným polem, ochrana účastníků výzkumu a nakonec ochrana samotné osoby výzkumníka. Výzkumné pole představuje prostor, ve kterém se výzkum odehrává a výzkumník je jeho součástí. Mnohdy umožňuje získat více validních informací a díky tomu lze rozkrýt případné etické problémy, které nemusí být na počátku zřejmé.¹⁹⁹

Při výzkumu byly dodržovány zásady etického chování. Na počátku byly získány informované souhlasy od rodičů a dětí z případových studií. Všichni byli seznámeni s možností odmítnutí. Účastníci měli možnost kdykoliv odstoupit z výzkumu. Také anonymita byla striktně dodržována po celou dobu výzkumu všech zúčastněných a jejich soukromí bylo respektováno.

Snahou při výzkumu bylo, aby k získaným informacím neměly přístup neoprávněné osoby a aby data byla využita pouze k danému účelu, k jakému byla získána. Zejména při ústní prezentaci byla zaručena ochrana soukromí a osobních údajů všech přítomných.²⁰⁰

¹⁹⁶Tamtéž, s. 228.

¹⁹⁷HANZL, D. *Metody a techniky sociálního výzkumu*. 2012, s. 76.

¹⁹⁸Tamtéž, s. 256-257.

¹⁹⁹MIOVSKÝ, M. *Kvalitativní přístup a metody v psychologickém výzkumu*. 2006. s. 277.

²⁰⁰HENDL, J. *Kvalitativní výzkum. Základní teorie, metody a aplikace*. 2008, s. 283.

Rozhovory probíhaly u participantů v jejich přirozeném prostředí, tedy v rodinném prostředí, zejména v dětských pokojích, kde panoval klid a pohoda. V některých momentech byly využity i prostory obývacích pokojů.

5 Případové studie

V případové studii jde o podrobný popis jednoho nebo více případů. V této studii se sbíralo velké množství dat týkajících se zúčastněných. Snahou bylo zachytit složitost případů a popsat vztahy v jejich celistvosti. Na konci studie se případ vřazuje do širších souvislostí.²⁰¹ Jedná se o neexperimentální metodu.

V případě tohoto výzkumu se jednalo o osobní případové studie, kde se podrobně zkoumal určitý aspekt konkrétní osoby. Zkoumaly se příčiny, souvislosti, faktory, zkušenosti a determinanty.²⁰² Úkolem bylo objasnit, jak vybraní jedinci v určitém prostředí a situaci jednají určitým způsobem, jak organizují své každodenní aktivity, činnosti a interakce.²⁰³

5.1 Případová studie – Kristýna

První případová studie se snažila zachytit život dívky Kristýny, které je 15 let, žije pouze s matkou v panelovém bytě a jejich finanční situace není zcela dobrá, lze říci, že jsou na hranici chudoby, vzhledem k tomu, že otec Kristýny neplní své vyživovací povinnosti, tudíž finanční zajištění rodiny spočívá pouze na matce.

Kristýna je zcela běžná dívka, odpovídající chováním svému věku. Vzhledem k tomu, že dívka má přátelský vztah s výzkumníkem, rozhovor, pozorování i jednotlivé návštěvy probíhaly v poklidné atmosféře. Důvěra je pro dívku velmi důležitým faktorem, proto v tomto ohledu výzkumník získal velmi upřímné odpovědi.

Kristýna po svém narození žila pouze se svou matkou. Za necelé dva roky si její matka našla partnera a začali žít jako rodina. Tento úsek života trval přibližně deset let, přičemž vztah její matky s partnerem nebyl zrovna ideální. Kristýna byla často svědkem hádek, neshod a dokonce jeden čas její matka začala ve větší míře požívat alkohol. V tuto dobu dívka začala chodit do první třídy.

Ve škole byla spíše podprůměrná, avšak moc dobře si vedla ve všech sportovních aktivitách. Když Kristýně bylo deset let, matka odešla od partnera s vizí se postavit na vlastní nohy. Začaly tedy žít samy v panelovém bytě. Matka přestala pít a plně se věnovala práci, dalšímu vzdělávání a také své dceři. Vzhledem k tomu, že biologický otec na dceru neplatil výživné, matka byla na vše sama a zároveň postupem věku Kristýny se zvyšovaly i její materiální nároky, si matka našla druhou práci na víkendy. I když se snažila dceři dopřát, po

²⁰¹HENDL, J. *Kvalitativní výzkum. Základní teorie, metody a aplikace*. 2008, s. 102.

²⁰²Tamtéž, s. 102-103.

²⁰³HELLEBRANDT, V., SEBERA, M., ZHÁNĚL, J. *Metodologie výzkumné práce*. 2014, s. 50.

čem touží, nebylo to zcela v jejich silách. Z výpovědi matky: *„Byla jsem z toho moc nešťastná, že nemůžu dopřát svému dítěti to, co chce. Hodně jsem pracovala a uvědomovala si, že na dceru mám málo času.“*

Když dívka přešla na druhý stupeň základní školy, začala se zajímat o fotbal. Matka jí v této aktivitě podporovala a Kristýna začala být úspěšná. Ovšem ve škole nastupovaly další a další problémy. Nejednalo se o problémy s chováním, ale odmítala se učit a tím si uzavřela cestu na střední školu. Postupem věku se známky zhoršovaly a matka musela často řešit známky s učiteli. Začaly vznikat konflikty, které často končily křikem a následnou ignorací z obou stran. Problémy se prohlubovaly.

Matka pracovala víc a víc, aby mohla dceři koupit věci, které chtěla. Nakonec s dopomocí jednoho z prarodičů dostala Kristýna v sedmé třídě lepší mobilní telefon a asi od šesté třídy má v dětském pokoji televizi. Později dostala starší počítač, se kterým pracuje poměrně často. V současné době Kristýna je v deváté třídě základní školy, a svou budoucnost si představuje tímto způsobem: *„Mám ráda sport, ale taky vím, že na střední školu s maturitou nemám, proto půjdu na sportovního a rekondičního maséra, abych jednou mohla masírovat ve fotbalovém klubu. Je to učňák, tak ten bych zvládnout měla.“* Matka v tomto úsilí dceru opět podporuje.

Kristýna v současné době tráví hodně času venku se svými kamarády, a pokud je doma, uzavře se ve svém pokoji a dívá se na televizi, mobil, případně na internet. S matkou, jak přiznává, moc nemluví a momentálně nemá ani potřebu komunikace. Vzhledem k tomu, že její matka je velmi vytížená, spoléhá na dceru, že je zodpovědná a nepotřebuje moc dohledu. Avšak na čem matka si zakládá, je včasný dohodnutý návrat dcery z venku dle vzájemné dohody. Matka dceři věří, avšak jak říká, je potřeba kontroly a dohledu, i když není mnoho času. Matka přiznala, že má ovšem obavy, aby její dcera nezačala požívat alkohol, případně kouřit. Neustále jí připomíná, jak je to škodlivé. Kristýna se svěřila, že kouřit zkoušela, alkohol ochutnala taktéž, ale nemá potřebu se k těmto aktivitám vracet. I když jak říká: *„U mě ve třídě kouří skoro všichni.“*

Při trávení volného času u televizní obrazovky dívka uvádí, že sleduje nejčastěji program NOVA 2, kde pouští pořady Přátelé, Dva a půl chlapa. Tvrdí, že tento program odpovídá jejímu humoru a při seriálech se hodně zasměje. Spíše dává přednost americké produkci a striktně odmítá produkci českou. Při dotazu, kterým televizním hrdinou by se chtěla stát, zazněla odpověď: *„Frodo Pytlíkem, protože měl velkou odvahu, překonal strach,*

který v sobě měl, nevzdával se a hledal dál a zároveň se nenechal zlomit únavou.“ Pořad, na který se dívá se svou matkou, je pouze jediný a to *Comeback*. Zde se jedná o jedinou českou produkci, kterou Kristýna sleduje.

Při dalším dotazu, která televizní postava je podobná její matce, kde dostala na výběr, přiřadila Marge ze seriálu Simpsonovi. Odůvodnila to tímto způsobem: *„Má podobné povahové vlastnosti jako maminka, jen má jenom mě. Je starostlivá a pracovitá jako ona.“* Vzhledem k tomu, že téměř svého biologického otce nezná, tak jej přirovnala k Homerovi, také ze seriálu Simpsonovi. Přičemž si nad touto otázkou velmi lámala hlavu a zároveň jí byla zaskočena. Přesto na ni chtěla odpovědět.

Matka uvádí, že se s dcerou na televizi velmi nerada dívá. Jako důvod je, že se v televizních obsazích často vyskytuje násilí, agrese a sexuální scény, to rozhodně se svou dcerou odmítá sdílet. Matka má problém s Kristýnou hovořit o intimních záležitostech a doufá, že si informace dcera zjistí u jiných kompetentních osob. Někdy matka má tendence Kristýniny sledované programy zesměšňovat a nevhodným způsobem komentovat, poté vznikne mezi nimi konflikt, kdy dcera kriticky komentuje matčinu volbu televizních obsahů a stejně tak matka. Na závěr se každá odebere do svého soukromí a sleduje své obhajované programy. Matka tedy se svou dcerou téměř televizi nesleduje a jak tvrdí: *„Nemám přehled o tom, na co se dcera dívá. Je fakt, že to ano asi vědět nechci.“*

Přes tento fakt Kristýna uvedla, že pro radu si chodí ke své matce a také ke své nejlepší kamarádce. Při rozhovoru se zmínila také, že si moc cení toho, že jí její matka direktivně neurčuje, co má dělat. Na závěr zhodnotila, že jí vůbec nic nechybí, tedy i přesto, že ví, že nemají dostatek peněz a že je zcela šťastná. Tvrdila: *„Maminku mám ráda, přesto, že si někdy nerozumíme, jsem spokojená. Myslím si, že se snaží vychovávat tak, jak to jde.“*

Při rozhovoru s matkou, která dopověděla na dotaz, co by doporučila dceři za program, odpověděla: *„Nevím, snad nějaký dokument, který je naučný, ale ani to nechci zkoušet, protože vím, že by to dcera jistě odmítla.“* Co se týká výchovy, byla matka značně sebekritická: *„Vím, že moje výchova není dobrá. Nemám na dceru čas a mnohdy ani sílu něco řešit. Vím, že mým občasných laxním přístupem si usnadňuji spoustu situací a vyhnu se možným konfliktům s dcerou.“*

V současnosti se její výkony ve škole zlepšily a dívka se pomalu připravuje na přijímací zkoušky. Pracuje na své fyzické výkonnosti, a jak uvádí: *“Více se snažím mluvit s maminkou.”*

5.1.1 Výstupy a diskuze

Při jednotlivých návštěvách panovala v domácnosti poklidná atmosféra. Kristýna vždy ochotně odpovídala na dané otázky, dokonce komunikovala s nadšením a mnohdy u toho hluboce přemýšlela. Pozornost byla také věnována její matce, která mnohdy povídala sama od sebe své postřehy, které chtěla sdělit.

Přesto, že tato rodina nedisponuje hodně penězi, dívka nepocituje nedostatky v materiálním zabezpečení. Cítí určitou volnost a svobodu a jak již bylo uvedeno, cítí se být opravdu šťastná.

U televizní obrazovky tráví poměrně hodně času. Jak uvádí: *„Dívám se někdy do noci na televizi.“* Matka její obsahy nehlídá, nekontroluje a nezasahuje nikterak do soukromí své dcery. Tvrdí, že spoléhá na její rozum, že ví určitě, na co je vhodné se dívat a no co ne. Čas u televize, kromě pár chvil spolu netráví a vypadá to, že ani jedna o to zájem nemá. Kristýna se dívá na americkou produkci a program NOVA 2, kterou matka obzvlášť nemá ráda. Volba televizních programů dívky odpovídá jejímu věku a odmítá respektovat jiné programy, obzvláště ČT 1.

V případě Kristýny se jedná o sledování televize v „režimu XXL“, kdy televize je puštěna kontinuálně, dívka se dívá na televizi neustále. Televize má často roli kulisy ať zvukové nebo jen obrazové.²⁰⁴

V tomto případě lze uvést, že televizní program a délka sledovaných pořadů se stávaly polem mnoha konfliktů a sporů. Proto nejjednodušší způsob byl, že matka pořídila své dceři televizi do pokoje. Je třeba však zdůraznit tvrzení Buermanna, že zvyšující dostupnost médií pro mládež a děti, pronikání médií do dětských prostor a vývoj mediálních obsahů kladou také na výchovu větší nároky.²⁰⁵ Což v tomto případě tomu nenasvědčuje. Vztahy, které v rodině jsou, působí vlažným dojmem a matka si mnohdy myslí, že dcera se o sebe zvládne postarat sama. Na tomto základě Kristýna působí dojmem spíše rozumné a obětavé dívky, která si ví rady za každých okolností.

²⁰⁴ŠEĎOVÁ, K. *Děti a rodiče před televizí. Rodinná socializace dětského diváctví.* 2007, s. 60.

²⁰⁵BUERMANN, U. *Jak (pře)žít s médii.* 2009, s. 16.

Vzhledem k tomu, že matka se svou dcerou nehovoří o televizních obsazích a dává ve volbě absolutní volnost, Kristýna často bývá ovlivněna svým okolím. Tedy svými vrstevníky. Pokud se její spolužáci, kamarádi či nejlepší kamarádka dívají na NOVA 2, Kristýna tento program sleduje také.

Matka uvedla, že mnohdy je znepokojena odcizením své dcery a také si je toho vědoma. Přála by si, aby se dcera častěji svěřovala se svými starostmi. Toho nelze ovšem dosáhnout pod nátlakem a vyzvídáním. Nezbytné je naslouchat svému dítěti a to v každé chvíli, dávat najevo zájem o informace a to zejména v důvěrné atmosféře.²⁰⁶ Ovšem v těchto okolnostech si matka protiřečí. Na jedné straně trpí odcizením svého dítěte a na straně druhé neprojevuje jakýkoliv zájem o volný čas Kristýny a to jak mimo domov, tak doma. Dcera se po návratu odebere do svého pokoje, kde se uzavře, a matka nikterak dceru v jejím pokoji nenavštíví.

Vzhledem k tomu, že dochází ke zvýšené dostupnosti médií současným dětem a tím dochází k pronikání médií i do dětských životních prostor, vývoj mediálních obsahů klade zvýšené nároky na mediální výchovu.²⁰⁷ V této domácnosti není mediální výchova ze strany matky aplikována. Matka se neangažuje do zasahování či ovlivňování voleb své dcery. Avšak kritika je dosti velká. Tudíž matka nevysvětluje, proč neakceptuje zvolené obsahy, ale pouze kritizuje bez pádných argumentů. V tomto ohledu lze hovořit, že televize způsobila v této domácnosti prostorovou izolaci a to zejména tím, že každá z nich má svou vlastní televizi.²⁰⁸ Nejsou schopné najít kompromis při spoludívání.

Tento případ poukazuje na to, jak rodič ztrácí svou moc a tím pádem se média stávají mocnějšími. Socializační potence mediálních obsahů a jiných mediálních technologií je velmi masivní a pro rodiče nepřehledná. Matka není schopná dceru svým způsobem nikterak izolovat od nezamýšlených podnětů a informací a také není schopná odhadnout, jaké budou mít tyto podněty a informace na dítě vliv.²⁰⁹

Šeďová uvádí tři rodičovské strategie podle toho, do jaké míry se podřizují rodičovskému diskurzu, tedy jejich potřebám. Matka dívky Kristýny aplikuje strategii saturační, přičemž matka jedná tak, aby saturovala své vlastní potřeby. Na základě toho nijak dceru ve sledování televize neomezuje a výsledkem je, že dceřina konzumace je v režimu

²⁰⁶LANGMEIER, J., KREJČÍŘOVÁ, D. *Vývojová psychologie*. 1998. s. 159.

²⁰⁷BUERMANN, U. *Jak (pře)žít s médii*. 2007, s. 46.

²⁰⁸Tamtéž, s. 41.

²⁰⁹ŠEĎOVÁ, K. *Děti a rodiče před televizí. Rodinná socializace dětského diváctví*. 2007, s. 29.

XXL, tedy maximální. Přesto, že jistý monitoring ze strany matky existuje, je však velmi nedůsledný. Spoludívání a konverzace u televize, jak již bylo zmíněno je téměř neaplikovaná.²¹⁰

5.2 Případová studie – Dominik

Druhá případová studie se snažila zachytit život třináctiletého chlapce jménem Dominik, který chodí do sedmé třídy základní školy. Žije s matkou a otcem ve velkém bytě v Olomouci. Otec je logistik a matka učitelka. Dá se konstatovat, že jsou průměrně finančně zajištěni. Oba rodiče jsou vysokoškolsky vzdělaní. Výzkumník má k rodině velmi úzký vztah a chlapce zná i osobně.

Dominik je velmi chytrý chlapec, obzvláště technickým směrem zaměřený. Velmi dobře se vyzná v počítačích a jeho sen je studovat vysokou školu, obor Informatiku. Chtěl by jednou programovat, sám se k tomu konkrétně vyjádřil: *“Vymýšlet nové strategické hry.”*

Rodinu výzkumník navštěvoval dlouhodobě a pravidelně, přičemž Dominik ochotně a s nadšením spolupracoval. Odpovídal na všechny otázky a velmi rád vše názorně ukazoval. Stejně tak matka chlapce s ochotou spolupracovala. Otec téměř při každé návštěvě nebyl doma z důvodů pracovních povinností.

Při první návštěvě chlapec představil svůj pokoj, kde má veškeré počítačové vybavení. Ovšem televizi v pokoji nemá. Tento fakt zdůvodnil takto: *„Televizi v pokoji nepotřebuji. Pouštím si online vše, co chci. Když se chci podívat na televizi, jdu do obývacího pokoje. Jsem takhle spokojený. Rodiče mi televizi chtěli koupit, ale já jsem odmítl.“* Dominik disponuje mobilním telefonem, tabletem, herním počítačem a chytrými hodinkami, na které je obzvláště pyšný.

V rodině je tedy pouze jedna televize, ale počítačová technika je ve větší míře, každý člen rodiny má svůj notebook nebo stolní počítač.

Při návštěvách v rodině panoval absolutní klid a pohodová atmosféra. Dominikovi rodiče byli velmi vstřícní a ochotní, zejména matka. Svou pozitivní náladu přenášela na svého syna a zároveň i na výzkumníka. Jednalo se o pohostinnou rodinu, která svého syna do ničeho téměř nenutila a ve všem jej podporovala. Chlapec je vychovaný, hodný a velmi inteligentní.

²¹⁰Tamtéž, s. 101-102.

Zároveň je ctižádostivý. Jak matka uvedla: „*Snažíme se syna vychovávat v poklidu, bez konfliktů, nátlaků.*“

Rané dětství chlapec prožil v poklidu. Nenastaly prozatím žádné potíže, ať se zdravím nebo s jeho chováním. Podle vyjádření matky je chlapec ve škole oblíbený, třídní učitelka má dle jejího mínění chlapce moc ráda a na třídních schůzkách nešetří jeho chválou. Má několik přátel, se kterými chodí do třídy a zároveň spolu hrají online hry. Je realitou, že Dominik tráví moc času u počítače a odmítá navštěvovat jakýkoliv kroužek. Rodiče jej však nenutí a tvrdí, že je to jeho rozhodnutí.

Při rozhovoru chlapec uvedl, že čas u televize tráví sám, nejvíce, když jsou rodiče v práci. Tudiž nanejvýš jednu až dvě hodiny. Nejčastěji sleduje PRIMA COMEDY CENTRAL z důvodů, že jsou tam vtipné pořady. Odmítá sledovat Českou televizi. Tvrdí, že nabídka pořadu neodpovídá jeho vkusu. Rád sleduje taktéž dokumenty, obzvláště o vesmíru. Tvrdí, že moc rád se dozvídá nové věci. O tom, na co se bude chlapec dívat, rodiče nerozhodují. Na svém oblíbeném programu nejvíce sleduje pořady Průměrnáková a Spongebob v kalhotách. Komentuje to tak, že: „*Tyto pořady jsou moc vtipné a zábavné, moc rád si u nich odpočívám.*“ Dále Dominik upřednostňuje americkou produkci.

Přesto jako rodina se schází u televize zejména o víkendech, kdy s oblibou sledují pohádky, pokud tento druh zábavy televizní program nabízí. Občas Dominik jde večer za rodiči k televizi i ve všední den a podívá se s nimi na televizní noviny. Vzhledem k tomu, že je to zvědavý chlapec, většinou se v těchto případech rozvíjí dlouhé debaty o politické, ekonomické scéně u nás i ve světě. Dominik se ptá rodičů na různá témata vycházející právě z televizních novin a rodiče mu trpělivě odpovídají a vysvětlují jednotlivé pojmy. Obzvláště otec má velký dar k vysvětlování a objasňování otázek svého syna, jak tvrdí matka: „*Manžel má velkou trpělivost k vysvětlování.*“ Po televizních novinách se většinou odebere do svého pokoje, kde sleduje online své pořady. Z tohoto vyplývá i odpověď na otázku matky, který pořad by doporučila svému synovi sledovat: „*Rozhodně dokumenty, jsou naučné a Dominik tak získá spoustu nových informací, které může využít dále.*“

Přesto, že chlapec tvrdí, že českou produkci nesleduje, mezi další společné dívání patří sledování sitkomu Comeback. Jak uvádí chlapec: „*Je to vtipné, zajímavé, chytré a vždycky se u toho všichni zasmějeme. Má to ráda celá rodina a vydrželi bychom se na to dívat klidně celý den. Maminka si to občas pouští i sama, obzvláště když má špatnou náladu.*“

Dominik se ztotožňoval s televizním hrdinou Aquamenem a to z důvodů, že vládne mořím a bojuje proti zlu. Na dotaz, která televizní postava připomíná jeho matku, odpověděl: „*Moje maminka je občas rázná, přísná, ale zase spravedlivá a laskavá. Někdy zvedne hlas, ale je to učitelka, takže tomu rozumím. Pere se za naši rodinu a brání mě, kde se dá. Takže mi připomíná Xenu, která bojuje za dobro.*“ Svého otce přirovnal k Mikeovi, otcí ze seriálu Průměrnákovi Zdůvodnil to takto: „*Tatínek je pohodář, jen tak ho nic nerozhází, má nás všechny rád, takže je úplně stejný jako Mike.*“

Pokud chlapci něco nejde, má nějaký problém nebo ho něco tíží, jde vždy za svou matkou, nebo otcem. Mají všichni tři mezi sebou moc pěkný vztah a chlapec uvedl, že mu nic neschází, že má všeho dostatek. Rodiče jej dobře motivují ke všem jeho výkonům, své argumenty jsou chlapci schopni dobře zdůvodnit. Přesto respektují i rozhodnutí Dominika, který uvedl, že jeho rodiče neurčují striktně, co má dělat, případně, jak má trávit svůj volný čas. Pouze matka se občas snaží korigovat chlapcovo hraní u počítače. Přes všední dny hlídá jeho spánek, aby ho měl dostatek, ale víkendy má chlapec absolutně volnou ruku. Občas se rodiče snaží Dominika přimět, aby se více hýbal a šel s nimi na squash, případně kolo či bazén. Chlapec o sobě tvrdí, že je opravdu šťastný. Tedy nic mu neschází.

V této případové studii se jedná o rodinu, která je relativně průměrně finančně zajištěna, styl výchovy je spíše demokratický. Rodinné poměry jsou velmi dobré a pěkný vztah mezi rodiči velmi pozitivně ovlivňuje jejich syna Dominika.

Rodinná atmosféra má vliv na Dominika a to zejména v oblasti volby televizních obsahů, kdy chlapec nevyhledává nikterak žádné pořady, které mají agresivní povahu a je spíše naladěný na komedie a jiné pohodové televizní obsahy. Dominik se vyznačuje určitou citlivostí, ohleduplností, obětavostí a respektuje své rodiče ve všech jejich rozhodnutích.

5.2.1 Výstupy a diskuze

Při návštěvách byl získán dostatek informací vlídným a ochotným přístupem všech zúčastněných. Získávání dat proběhlo prostřednictvím pravidelného pozorování a také jednotlivých rozhovorů, které byly vedeny pomocí uzavřených i otevřených otázek. Chlapec často doplňoval své myšlenky, které výzkumník zaznamenával pomocí poznámek.

Volba pořadů, na které se chlapec díval, odpovídá jeho povahovým rysům, myšlení a jeho přesvědčení. Rodinná atmosféra je plná klidu a pohody, tudíž Dominik sleduje vtipné a

zábavné pořady. Odmítá se dívat na akční filmy, kde je násilí, které nemá rád. Upřednostňuje komedie a americkou produkci. Občas se podívá na pěkný dokument. To je spojeno s jeho touhou poznávat nové věci a získávat informace, stejně tak společné sledování televizních novin, kde vyplouvá na povrch chlapcova touha po nových informacích.

Dominik u televizní obrazovky netráví mnoho času, spíše hraje počítačové strategické hry. Matka ani otec tedy jeho čas u televize nijak nekorigují, protože není potřeba, ale počítač se občas snaží časově vymezit. Ovšem, jak tvrdí, nerespektovali by hry, které by podporovaly násilí a jiné negativní jevy. Obzvláště matka, která se svého syna snaží před těmito projevy uchránit.

Volba televizních pořadu odpovídá věku Dominika. Přirozeně si sám selektuje vhodné a nevhodné pořady a občas se řídí podle rady rodičů, kteří mu doporučují, který z pořadů pro něj není vhodný. Chlapec většinou doporučení svých rodičů respektuje. Občas se nechává strhnout některými reklamami a požaduje některé z výrobků po svých rodičích. Ti danou věc koupí podle toho, jak chlapec svůj požadavek zdůvodní a zda opravdu reklamovanou věc potřebuje ke svému užitku. Přirozeně Dominika učí korigovat své potřeby a také chlapci pěkně vysvětlují svět médií a jeho fungování. Obzvláště otec velmi často chlapci dané věci vysvětluje. Tudiž, kromě navyklých interakčních vzorců se v postojích rodičů k televizi odráží jejich celkové naladění, kdy nemají moc potřebu syna kontrolovat, ale naopak vnímají výchovu jako zcela přirozený proces.²¹¹

V této rodině je mediální výchova hojně aplikovaná. Oba rodiče se snaží chlapce provádět mediálním světem. Mezi využívanými technikami lze uvést divácké doporučení, kdy občas pobízí svého syna ke sledování určitých pořadů, a tím zajišťují příležitost k hodnotné a obohacující televizní konzumaci. Monitoring je zastoupen také, ale v menší míře. Zejména ve všední dny a to ze strany matky. Nejvíce však lze uvést spoludívání. Rodina tak posiluje intimní pouto mezi všemi členy a tím pádem si rodiče zajišťují přehled o některých sledovaných pořadech jejich syna. Mezi další nástroje lze zmínit konverzaci u televize. Rodiče se tak snaží zvýšit porozumění pořadům, zejména televizním novinám, které občas chlapce zajímají. A nakonec také synovi předávají explicitně formulované poznatky o televizi, kdy se jedná o poznatky, které oba rodiče považují za důležité, a tím se snaží své dítě bránit před potenciálními negativními vlivy televize.²¹²

²¹¹ŠEĎOVÁ, K. *Děti a rodiče před televizí. Rodinná socializace dětského televizního diváctví*. 2007, s. 103.

²¹²Tamtéž, s. 101.

Rodičovská strategie ve vztahu k jejich potřebám je spíše smíšená. Rodiče mnohdy váhají mezi strategií saturační a pedagogickou. Pokud nastane kompromisní podoba, tak dítě sleduje televizi jako „hobby“ nebo v dětském režimu. Rodiče v tomto případě chtějí občas se svým synem se na televizi dívat a o pořadech společně také hovořit. Cíl je však realizován jen občas a nepravidelně.²¹³

V této domácnosti existují domácí rutiny, které představují intencionální vliv, tedy nezáměrné působení rodičů a jejich činnosti. Tento vliv je také neuvědomovaný. Oba rodiče mnohdy neuvažují o tom, že by prostřednictvím svých rutinních činností mohli synovi něčemu učit. Opak je pravdou. Domácí rutiny jsou velmi účinné, protože jejich každodenní opakování si chlapec vypracovává svou představu o tom, co je „přirozené a normální“, jako například, laskavost mezi rodiči, trávení společného času, rozhovory u televize či vysvětlování otázek a dotazů.²¹⁴

I když chlapec tráví mnoho času u počítače a občas společně sleduje s rodiči vybrané pořady, je třeba brát v potaz, že mnohdy média podporují spotřební chování, že potlačují tvořivost a představivost, což ovšem není tento případ chlapce a jeho rodiny. Pod záplavou nežádoucích vlivů médií existují i vlivy pozitivní, například rozšiřování rozhledu a povědomí o světě. Zde je to moment, kdy chlapec sleduje s rodiči televizní zprávy a získává tak mnoho nových a mnohdy užitečných informací.²¹⁵

Stejně tak modus sledování, jak uvádí Šedřová, je aranžmá situace, kdy se sledují televizní obsahy. V tomto případě se jedná o tzv. soustředěné přihlížení, kdy je televize zapnutá pro dospělé a přitom dítě pořad sleduje soustředěně s nimi.²¹⁶ Tento fakt uspokojuje přirozenou zvědavost Dominika.

V případě Dominika a jeho četnost sledování televize lze uvést dělení Šedřové, kdy chlapce je možné zařadit do skupiny „televize jako hobby“, kdy celková denní konzumace je okolo 90 minut.²¹⁷

U chlapce je třeba zmínit i jeho ctižádost a volbu povolání, která je spojena s jeho koníčkem počítačem a částečným nezájmem mít v dětském pokoji vlastní televizi. Dominik je ve věku, kdy začíná srovnávat svá přání se skutečností, ví a je si vědom, že musí brát ohled na

²¹³Tamtéž, s. 102.

²¹⁴ Tamtéž, s. 118.

²¹⁵ JEŽEK, V., JIRÁK, J. *Média a my*. 2014, s. 110.

²¹⁶ Tamtéž, s. 58.

²¹⁷ ŠEĎOVÁ, K. *Děti a rodiče před televizí. Rodinná socializace dětského televizního diváctví*. 2007, s. 60.

své schopnosti, školní prospěch a požadavky pracovní činnosti. Stále častěji se vyptává svých rodičů na podmínky přijetí na jeho vysněnou školu, tedy studium informatiky. Řídí tak svou volbu podle osobního plánu, který je založený na cílech vlastního života. Lze konstatovat, že chlapec je iniciativní, rozhodný, cílevědomí a má silné seberealizační tendence.²¹⁸

Působení rodinné atmosféry, úplnost rodiny a demokratický styl mají jistě vliv na volbu televizních obsahů chlapce. Dominik se přiklání k nenásilným, neagresivním, spíše komediálním žánrům, přičemž se zajímá i o dění v politice či kultuře. Rodiče prostřednictvím přirozené mediální výchovy chlapce vedou směrem jimi akceptovatelným.

5.3 Případová studie – Klára

Dívka Klára má 14 let. Žije v úplné rodině s matkou a otcem ve velkém domě na kraji města. Tato rodina je velmi dobře finančně zajištěna. Rodiče jsou poměrně starší, přičemž Klára je jejich jediné dítě. Matka dívky se domnívá, že veškerou výchovu má pevně v rukou. Má jasnou představu o tom, co dívka by měla dělat a jakým způsobem se realizovat. Přesto nastávají momenty, kdy rodiče nemají zcela jasný přehled o jednání Klárky. Matka je transplantační koordinátorkou a otec je učitelem na základní umělecké škole.

Otec má představu, že jeho dcera půjde studovat konzervatoř a bude také učit na hudební škole. Dceru vodí na mnoho koncertů a přesvědčuje ji o výhodách tohoto povolání. Ovšem Kláře se tato myšlenka nezamlouvá, uvádí: „*Baví mě zpívat, to ano, ale klavír dělám jen kvůli otci. Musím denně cvičit a to mě nebaví.*“

Dívka navštěvuje základní školu, kde má výborné studijní výsledky a to i přesto, že má velmi málo času na přípravu do školy a to vzhledem ke své vytíženosti. Má několik kroužků, které jí určili rodiče. V pondělí navštěvuje ihned po škole pěvecký soubor, poté přechází na step. Domů tento den přichází obvykle až později večer. V úterý jde na hodinu klavíru, poté jde do atletiky. Středa je jediný den, který má volný. Čtvrtek je opět ve znamení pěveckého sboru a stepu. Pátek má výuku klavíru a hodinu angličtiny se soukromým učitelem. Víkendy většinou probíhají soutěže těchto kroužků.

²¹⁸KREJČÍŘOVÁ, D., LANGMEIER, J. *Vývojová psychologie*. 1998, s. 154-155.

Výzkum v této rodině byl náročný. Vzhledem k tomu, že dívka neměla téměř volný čas, návštěvy probíhaly večer a zejména o víkendu, pokud byla rodina doma. Přesto všichni účastníci ochotně odpovídali na otázky a to jak dívka, tak rodiče.

Přesto, že rodina disponuje mnoha penězi, vedou svou dceru ke skromnosti. Dětský pokoj je vybavený účelně bez zbytečných materiálních předmětů. Klára nemá v pokoji ani televizi, ani počítač. Má pouze rádio a vlastní ne moc drahý dotykový telefon. Za to má vlastní klavír, kytaru a dražší taneční šaty. Domácnost jako taková je vybavena moderně. Jediná televize je v obývacím pokoji a má nadměrnou úhlopříčku. V této místnosti se ještě nachází počítač. Rodiče vlastní každý svůj notebook.

Zpočátku dívka při rozhovorech a návštěvách působila neklidným a nesmělým dojmem, ale časem se otevřela a svěřila se.

Dětství probíhalo dle dívky klidně bez větších problémů. Klára nebyla nikterak více nemocná a jako dítě navštěvovala mateřskou školu, kde již chodila do několika kroužků, jako například angličtina, pohybový kroužek a skaut. Co se týče televize, tak se dívala jako dítě pouze na večerníček a ranní Studio kamarád. Více času dle jejího tvrzení u televize netrávila. Nyní je v osmé třídě a má pouze jednu kamarádku, se kterou tráví čas zejména o víkendech. Uvádí, že kamarádce často závidí její rodinu, která je podle ní „*v pohodě a nic neřeší*“.

Na otázku, se kterou osobou tráví nejvíce času, odpověděla: „*Sama se sebou je mi nejlépe.*“ U televize tráví poměrně málo času, tedy okolo 1 až 2 hodin, pokud nemá kroužek a rodiče nejsou doma. Pokud se na televizi dívá, nejčastěji to je hudební program Óčko. S dívčíným vysvětlením: *Miluji hudbu, přivádí mě na jiné myšlenky.*“ Na otázku, zda rodiče rozhodují, na co se má v televizi dívat odpověděla: „*Vždycky. Většinou v jejich přítomnosti se na televizi nedívám, nebo společně sledujeme nějaký dokument na Prima ZOOM. Dokumenty mě ještě baví, ale ostatní programy, na které se dívají rodiče, mě nezajímají*“ Při těchto odpovědích bylo znát na dívce jisté rozhořčení. Přesto, že sleduje hudební programy, volba pořadů je zcela jiná. Nejčastěji se dívá na pořad Soudkyně Barbara. Tvrdí: „*Mám ráda drama, jsem vždycky napnutá, jak to všechno dopadne. Ovšem na to se mohu dívat jen, když rodiče nejsou doma.*“

Dívka dává přednost americké produkci. Avšak pořad *Soudkyně Barbara* je výjimkou, stejně tak níže uvedený seriál *Horákoví*. Na otázku, jakým televizním hrdinou by se chtěla stát, odpověděla: „*Supermanem, protože je odvážný, spravedlivý a hodný.*“ Pořad, u

kterého se schází celá dívčina rodina, jsou „*Horákovi*“. Na tento dotaz dlouho a hluboce přemýšlela. Vzhledem k tomu, že tento seriál již dlouho v televizi neběžel, dlouho si nemohla na nic konkrétního vzpomenut. Dívka tvrdí, že ani její rodiče se moc na televizi ne dívají. Otec často tráví čas ve své pracovně a matka je na svém notebooku. Nevyužívají televizi ani jako zvukovou kulisu. Zapíná se pouze cíleně k nějakému konkrétnímu programu. Rodiče většinou sledují politickou a kulturní scénu u nás i ve světě a dívku tato témata nezajímají.

U další položené otázky, které televizní postavě by přirovnala svou matku, byla Klára dlouho zamyšlená. Nakonec odpověděla: „*Moje maminka je velmi podobná matce od Macha.*“ Více tuto otázku nechtěla rozebírat. Co se týče otce, odpověď byla mnohem pohotovější: „*Rumcajs*“.

Klára, pokud potřebuje radu či pomoc jde rozhodně za svou nejlepší přítelkyní, které velmi věří. Za rodiči nejde nikdy. Odmítá jim sdělovat veškerá svá trápení. Stejně tak na otázku, zda rodiče často určují, co má dívka dělat, odpověděla: „*Ano, vždycky. Nikdy neberou můj názor nebo námitku.*“ Dívka uvádí, že jí v životě nic materiálního nechybí. Ale zdůraznila slovo „materiálního“. K ostatním nemateriálním věcem, které jí případně chybí, se odmítla vyjádřit. Na poslední otázku, zda může říct o sobě, že je šťastná, řekla: „*Většinou ne*“. Důvod odmítla vysvětlit, což jsem respektovala.

Dívka má striktně naplánovaný téměř každý okamžik svého času. Rodiče se dívce věnují po stránce školní přípravy. Často jí pomáhají při úkolech a zkoušení před písemnými pracemi. Klára, pokud nějaké volno má, tráví čas s kamarádkou a velmi si ho užívá. Často bývá u přítelkyně doma, kde jak tvrdí se dívají právě na televizi, popřípadě si velmi rády pouští horory. U rozhovoru se zmínila, že jí chybí všeobecný přehled. Tím, že nemá přístup k počítači a k televizi má přístup jen velmi omezený, má pocit nedostatku informací o aktuálním dění. Tedy rodiče dívce přesně určují televizní obsahy, na které se smí dívat. Zakazují veškeré násilné, agresivní a jiné podobné programy, přičemž nevysvětlují dceři svá stanoviska. Proto Klára chodí často ke kamarádce domů, kde si svobodně můžou pustit téměř, co chtějí. Má dobrý pocit z toho, že si může pustit horor, který by doma nemohla vidět.

Otázky byly také kladeny matce, která odpověděla: „*Na televizi se moc nedíváme. Pokud ano, snažíme se o tom mluvit. Dcera má ostatně jiné povinnosti a některé televizní pořady jsou škodlivé a nevhodné pro děti.*“ Který pořad by doporučila své dceři: „*Nevím, teď mě toho moc nenapadá, snad nejmíň škodliví jsou Horákovi, ale ještě možná vědomostní soutěže, ale jak říkám, nemá na to čas.*“

Na první pohled rodina působí velmi spořádaným dojmem, ale uvnitř je atmosféra často stísněná až mnohdy „sterilní“. Přesto Klára je hodná, vstřícná a vděčná dívka, které chybí, jak uvádí: „svoboda“.

5.3.1 Výstupy a diskuze

Návštěvy probíhaly v nepravidelných intervalech. Časy se přizpůsobovaly dívčím kroužkům a časové vytíženosti. Výzkumník se snažil o delší návštěvy vzhledem k jejich menším intervalům. Mnohdy byly položeny dívce doplňující informace, na které na začátku měla ostych odpovídat, ale v průběhu času si vytvořila k výzkumníkovi velmi vřelý vztah a ochotně se svěřovala a odpovídala na vše, co bylo potřebné k doplnění informací.

Rodiče vystupovali přísným a odtažitým dojmem. Matka často chodila při rozhovorech do pokoje své dcery a „kontrolovala“ zda je vše v pořádku.

Dívka působí klidným, rozvážným a přemýšlivým dojmem. Ve škole má vyznamenání. Avšak neprojevuje se zcela jako typická dívka odpovídající 14 letům. Dochází zde k rozporům mezi hodnotami rodiny a vnější společností. Vzhledem k tomu, že dívka není jednoznačně vázána na normy a hodnoty její rodiny, stává se, že častěji své rodiče „tajně“ kritizuje. Nicméně neodvází se své názory přímo sdělit. Přesto je na svých rodičích v některých ohledech závislá. Projevuje se však její revolta a kritika v diskuzích se svou kamarádkou. V tomto případě platí, že rodiče prosazují své názory prostřednictvím moci, vyvolávají v dívce spíše odpor a brzdí její vývoj na vyšší úroveň morálního posuzování a jednání. Je třeba, aby rodiče si uvědomili, že i když dívka v tomto věku mnohdy vyžaduje důsledné vedení, je zcela odlišné od vedení dítěte. Kláře je třeba poskytnout taktní vedení a hlavně dostatek volnosti při rozhodování. Rodiče dívky neberou v potaz, vzhledem k její vytíženosti díky kroužkům možnost zvýšené unavitelnosti organismu, které se vyskytuje zejména v období dospívání.²¹⁹

Šeďová odkazuje na Čápa, který uvádí, že míru extraverte či introverte u dětí lze vysvětlit kladným či záporným vztahem mezi dítětem a rodičem. Zatímco v rodinách, kde se projevovaly spíše kladně emocionální vztahy, děti byly odolnější vůči zátěži a řadily se do střední osy extraverte – introverte. Při záporném vztahu se děti ocitají blíže jednomu z pólů, a to v závislosti na výchovném stylu. Při záporném řízení se často projevují, jako krajní

²¹⁹KREJČÍŘOVÁ, D., LANGMEIER, J. *Vývojová psychologie*. 1998, s. 159.

extraverti, při silném řízení převládá introverze. Je potřeba brát v potaz a zohledňovat i jisté vrozené předpoklady.²²⁰

Socializaci v rodině v tomto případě ovlivňuje příslušnost rodičů k určité společenské vrstvě. Zejména u otce, kdy jako učitel hudby vyžaduje po své dceři mít velké hudební znalosti. Má jistou představu, že dcera půjde v jeho šlépějích. Ovšem Klára uvádí, že hudbu dělá pouze kvůli rodičům a hned, jak se bude moct sama rozhodnout, skončí se všemi hudebními nástroji. Otec dívku často vodí na koncerty a seznamuje jí s hudebníky, které zná. Má jistou představu, že tím dívku více motivuje. Kláru však tato setkání nudí. Výsledkem je, že se tomuto povolání určitě věnovat nechce.

Strategii, která je v této rodině uplatňována v souvislosti s mediální výchovou, je čistě pedagogická. Vycházím z tvrzení Šed'ové, že cílem této strategie je v maximální míře působit na vztah dítěte k televizi. Dívčiny rodiče rozhodují, v jaké míře působit na vztah dcery k televizi. Necháávají dívku dívat na televizi v režimu minimální konzumace, což vypovídá z výpovědi dívky na čas, který doma tráví u televizní obrazovky. Pokud se Klára dívá na televizi, když jsou rodiče doma, bývá většinou jeden z nich přítomen u obrazovky a zároveň iniciuje konverzaci o televizi.²²¹

Z pedagogické strategie vycházejí i nástroje mediální výchovy, které rodiče v tomto případě využívají. Jedná se o velmi restriktivní omezování přístupu k televizi. Uvádí, že když oni sami televizi téměř nevyužívají, nevidí důvod, aby dcera svůj volný čas trávila sledování, mnohdy, neúčelných a nevhodných pořadů. Jedním z dalších nástrojů je spoludívání. Realizuje se vždy, pokud dívka je u televizního přijímače. Tento moment Klára komentuje: „Nesnáším, když rodiče si jdou sednout za mnou k televizi. Vydržím to chvíli a raději odcházím do svého pokoje.“ S tím je spojený další nástroj a to konverzace, kterou se snaží rodiče hojně využívat.²²²

Tato rodina představuje v rámci mediální výchovy vliv intencionální. Záměrně se snaží působit na dceru s cílem ovlivnit způsob, jakým sleduje televizi a efekty tohoto sledování. Přičemž v pozadí stojí jejich představa o tom, jak by měla konzumace televize jejich dítěte vypadat, a rodinná výchova představuje tlak na konformitu s tímto ideálem.

²²⁰ŠEĎOVÁ, K. *Děti a rodiče před televizí. Rodinná socializace dětského diváctví*. 2007, s. 22.

²²¹Tamtéž, s. 101.

²²²Tamtéž, s. 102.

Podstatou tohoto ideálu je představa, že dcera by se neměla chtít příliš mnoho dívat na televizi. Tedy tato rodinná mediální výchova je plná rodičovským diskurzem o televizi.²²³

Je třeba zdůraznit, že efekt restrikce televize způsobuje u dívky časté úniky do světa tajemna, zejména se to projevuje sledováním hororů u kamarádky. Sledováním pořadu *Soudkyně Barbara* je pro dívku dramatem a zároveň projevem jistého protestu. Je si vědoma nesouhlasu obou rodičů s tímto typem programů, a přesto se na tyto pořady dívá relativně často. Tedy rodičovská výchova v tomto případě způsobuje, že dívka sleduje zcela jiné televizní obsahy, než vyžadují její rodiče. Je třeba zmínit tvrzení Buermanna, který tvrdí, že význam médií nezávisí na jejich kvantitativním množství, ale spíše na hodnotě, která je jim připisována. Stane-li se tak nějaký pořad ústředním obsahem pozornosti, může být i po krátkém čase ovlivňováno osobní prožívání a život.²²⁴

5.4 Shrnutí případových studií

Každá případová studie má jiný závěr a z toho vyplývající rozdíly. Ty nejpodstatnější vychází z výchovného přístupu rodičů a s tím spojené využívání nástrojů, které vyplývají z typů mediální výchovy.

Rodičovské strategie a míra zastoupení televizních přijímačů, mají vliv zejména na režim sledování u dětí. Sociální postavení jednotlivých rodin, stejně tak jejich úplnost neukázal vliv na volbu televizních obsahů u jednotlivých dětí.

²²³ Tamtéž, s. 118.

²²⁴ BUERMANN, U. *Jak (pře)žít s médii*. 2009, s. 52.

Tabulka 1: Výsledky případových studií²²⁵ (Pro byly i přes strategii výzkumu vloženy jednotlivé kategorie do tabulky)

	Typ rodinné výchovy	Rodina úplná - neúplná	Zastoupení mediální výchovy	Nástroje mediální výchovy	Rodičovská strategie	Režim dětského sledování
Kristýna (15 let)	Liberální	Neúplná	V minimální míře	Částečný monitoring	saturační	Režim XXL
Dominik (13 let)	Demokratický	Úplná	Ve větší míře	Spoludivání, konverzace u televize	smíšená	Režim „hobby“
Klára (14 let)	Autoritativní	Úplná	V maximální míře	Restrikce času u televize, spoludivání, konverzace u televize	pedagogická	Režim minimální konzumace

Tabulka znázorňuje způsoby mediální výchovy a užití mediálních nástrojů, dále typu rodinné výchovy, uplatňována rodičovská strategie a z toho vyplývající režim dětského sledování.

Závěrem lze konstatovat, že na volbu televizních obsahů u dětí jedináček staršího školního věku má vliv rodinná výchova a využívání nástrojů v rámci mediální výchovy pod vlivem rodičovské strategie. Nelze říci, že sociální postavení či úplnost rodiny má nějaký zásadní vliv na volby televizních obsahů a mediálního chování dětí jedináček. Jednání rodičů vyplývá z jejich životních postojů a názorů na výchovu jejich dětí.

²²⁵TRUKSOVÁ, P. 2019 (vlastní šetření)

První případová studie u dívky Kristýny poukazuje na fakt, že matka neuplatňuje téměř žádný způsob mediální výchovy, kromě občasného monitoringu, což vede u její dcery ke sledování televize téměř neomezeně. V druhém případě u chlapce Dominika je naopak mediální výchova využívána jeho rodiči ve velké míře. Mezi nástroje, které matka i otec uplatňují, patří spoludívání a zejména konverzace u televize. Režim sledování u chlapce lze označit jako „hobby“. U dívky Kláry ze třetí případové studie je často využívána restrikce času u televizní obrazovky, spoludívání a konverzace oběma rodiči. Vzhledem k autoritativnímu přístupu rodičů a způsobu využívání nástrojů je u dívky sledování v režimu minimální konzumace.

Závěr

Práce se zabývala otázkou volby televizních obsahů u dětí ve věku 11-15 let v souvislosti s rodinnou výchovou a jejího působení. Zvolená věková kategorie byla charakterizována způsobem, kdy dítě má snahu se přizpůsobit emocionálním, biologickým a sociálním změnám, přičemž hlavním projevem je snaha odpoutávání se od rodičů a budování vlastní samostatnosti a nezávislosti.

Teoretická část vysvětlila vznik masových médií, jejich vývoj až po současnost, vliv na společnost a s tím spojený proces socializace. Tradiční masové médium jako televize a její postupné rozšiřování do všech domácností má velký význam v procesu socializace jedince. Právě zvyšující vliv nejenom masových médií způsobil rozšiřování anonymity, individualismu a odklon od nukleární rodiny, kdy právě rodina má nezastupitelný význam v procesu socializace dítěte. Dále práce osvětlila mediální výchovu v rodinném prostředí, její styly, jednotlivé nástroje a popsala mediální gramotnost rodičů i dětí jako další z důležitých kompetencí pro život. Další část teorie se věnovala diváctví v rodinách a jednotlivým nejdiskutovanějším tématům jako je agrese a násilí. Popsala reklamu a její značný vliv na spotřební chování dětí. Jednotlivým televizním pořadům, jejich rozdělení, času tráveného u televize a popisu situací při jejich sledování, stejně tak rituálům, stereotypům a jejich vlivu na dětské diváctví se věnovala poslední teoretická část.

Uplatňování mediální výchovy v rodině je jedním z klíčových faktorů k vytváření vhodných podmínek pro zdravý vývoj dítěte. S tímto jsou spojené i možné nástroje v rámci mediální výchovy využívané rodiči k dosahování jimi přijatelného cíle. K tomu, aby rodiče byli schopni uplatňovat mediální výchovu, je třeba, aby disponovali jistou mediální gramotností, která je jednou ze základních kompetencí, nezbytnou pro náš život. Zejména rodiče by si měli tento fakt uvědomit a v rámci této gramotnosti získat základní poznatky o fungování médií. Měli by mít schopnost určit typ sdělení a zároveň posoudit jejich věrohodnost. Rodiče by měli vysvětlovat svým dětem mediální obsahy a zároveň rozvíjet jejich kritické myšlení, analyzovat a hodnotit různé typy informací.

Výzkumná část práce hledala odpověď na otázku, jaký vliv má rodinné prostředí na volbu televizních obsahů u dětí jedináčků staršího školního věku. Výzkumné šetření vycházelo ze třech případových studií, kde byly vybrány rodiny s dětmi jedináčků ve věku

13–15 let. Při jednotlivých rozhovorech byly využívány uzavřené i otevřené otázky, přičemž v případě nutnosti byly podány doplňující otázky dětem i rodičům. Veškeré zjišťování bylo doplněno pozorováním a důkladným zaznamenáváním informací a poznatků včetně poznámkováním. Vzhledem k tomu, že případové studie byly pouze tři, bylo by vhodné na toto téma provést další výzkumy a pochopit dané prostředí u dalších jedinců a vlivu rodiny na volbu televizních obsahů u cílové skupiny.

Média mají na dětskou populaci velmi výrazný vliv i přes snahu působení rodiny. Výzkum ukázal, že autoritativní způsob výchovy a uplatňování mediální výchovy v maximální míře nemusí vést k pozitivnímu cíli ze strany rodičů a výsledek může mít zcela opačný význam. Zatímco demokratický přístup a mediální výchova uplatňována ve střední míře se ukázala jako přiměřená ve vztahu k naplňování cílů rodiči, tedy pozitivně ovlivňovat dítě a naučit ho mediální gramotnosti, orientaci ve světě médií, stejně tak i kritickému myšlení. V případové studii u dívky Kristýny je uplatňována liberální výchova a mediální výchova není využívána téměř vůbec, to způsobuje nekontrolovatelnou konzumaci mediálních obsahů dítětem, což může vést k nedostatečné schopnosti vyhodnocovat, analyzovat a orientovat se ve světě informací.

Je zřejmé, že sledování televize má vliv na vývoj dítěte. S tím je také spojená obava z možných negativních dopadů na tento vývoj v důsledku prezentace násilí a agresivity v televizním vysílání. Je tedy na rodičích, učitelích a také institucích, aby pozitivně ovlivňovali možný negativní dopad na osobnost dítěte. S tím je spojená právě mediální výchova a její možná aplikace v rodinném prostředí či ve škole.

Seznam použitých zdrojů:

- BEDNAŘÍK, P., JIRÁK, J., KÖPPLOVÁ, B. *Dějiny českých médií: od počátku do současnosti*. Vyd. 1. Praha: Grada, 2011. 439 s. Žurnalistika a komunikace. ISBN 978-80-247-3028-8.
- BOCAN, M., MAŘÍKOVÁ, H., SPÁLENSKÝ, A. *Hodnotové orientace dětí ve věku 6-15 let: Závěrečná zpráva z výzkumu*. Praha: Národní institut dětí a mládeže Ministerstva školství, mládeže a tělovýchovy; zařízení pro další vzdělávání pedagogických pracovníků a školské zařízení pro zájmové vzdělávání, 2011.
- BUERMANN, U. *Jak (pře)žít s médii: příležitosti a hrozby informačního věku a nové úkoly pedagogiky: výzkumná práce Institutu pro pedagogiku a smyslovou a mediální ekologii*. (IPSUM). Vyd. 1. Hranice: Fabula, 2009. 239 s. ISBN 978-80-86600-58-1.
- BURTON, G., JIRÁK, J. *Úvod do studia médií*. 1. vyd. Brno: Barrister&Principal, 2001. 391 s. ISBN 80-85947-67-6.
- BYBEE, C., ROBINSON, D., TUROW, J. *DeterminantsofParentalGuidanceofChildren'sTelevisionViewingfor a SpecialSubgroup: Mass Media Scholars*. JournalofBroadcasting. 1982. ISSN 08838151. Dostupné z: <http://search.ebscohost.com/login.aspx?>
- DINKA, P. *Slovenské masmédiá. Metódymanipulácie*. Vyd. 1. SSS, 2008. 396 s. ISBN 978-80-8061-328-0.
- DUBSKÝ, J., MURDZA, K., URBAN, L. *Sociologie médií a veřejného mínění*. Vyd. 1. Praha: Vydavatelství PA ČR, 2006. 129 s. ISBN 80-7251-234-X.
- DUDEK, D. Reklama – 2. díl – Děti a reklama. *Čtenářská gramotnost a projektové vyučování: webový portál pro učitele základní školy* [online]. Most: Copyright, 2010, 18. 11. 2010 [cit. 2019-03-14]. Dostupné z: <http://www.ctenarska-gramotnost.cz/medialni-vychova/mv-reklama/reklama-2>
- FORET, M., LAPČÍK, M., ORSÁG, P. *Média dnes: reflexe mediality, médií a mediálních obsahů*. Vyd. 1. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 2008. 431 s., [8] s. barev. obr. příl. Sborníky - UPmedia. ISBN 978-80-244-2023-3.
- HANZL, D. *Metody a techniky sociálního výzkumu*. Třebíč: Amaprint-Kerndl, 2012. 101 s. ISBN 978-80-87710-01-2.
- HAVLÍK, R., KOŤA, J. *Sociologie výchovy a školy*. Vyd. 1. Praha: Portál, 2002. 174 s. ISBN 80-7178-635-7.
- HENDL, J. *Kvalitativní výzkum: základní teorie, metody a aplikace*. Čtvrté, přepracované a rozšířené vydání. Praha: Portál, 2016. 437 stran. ISBN 978-80-262-0982-9.

- CHLUMSKÁ, E. *Úvod do mediálních studií: studijní text pro kombinované studium*. Vyd. 1. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 2013. 50 s. Studijní opory. ISBN 978-80-244-3610-4.
- JEŽEK, V., JIRÁK, J. *Média a my*. Vyd. 1. V Praze: Akademie múzických umění, 2014. 145 s. Management umění - umění managementu; sv. 4. ISBN 978-80-7331-304-3
- JIRÁK, J., a kol. *Média pod lupou: (mediální výchova jako téma celoživotního vzdělávání)*. Vyd. 1. Praha: Powerprint, 2013. 187 s. ISBN 978-80-87415-70-2.
- JIRÁK, J., KÖPPLOVÁ, B. *Masová média*. Vyd. 2. Praha: Portál, 2015. 390 stran. ISBN 978-80-262-0743-6.
- KAPOUN, P. *Média - obsahy, publika, účinky*. Vyd. 1. Ostrava: Ostravská univerzita v Ostravě, 2011, 66 s. ISBN 978-80-7464-027-8.
- KORDA, J. *Úvod do studia televize I: studijní text pro kombinované studium*. Vyd. 1. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 2014. 60 s. ISBN 978-80-244-4212-9.
- KORDA, J. *Úvod do studia televize*. Vyd. 1. Olomouc: Univerzita Palackého, 2005. 77 s. Studijní texty pro distanční studium. ISBN 80-244-1135-0.
- LABÁTH, V. *Riziková mládež*. SLON, 2001. 158 s. ISBN 80-85850-66-4.
- LANGMEIER, J. KREJČÍŘOVÁ, D. *Vývojová psychologie*. Vyd. 3. Praha: GradaPublishing, 1998. 344 s. ISBN 80-7169-195-X.
- LESKOVÁ, A. *Identita adolescenta a masmédiá*. Vyd. 1. Boskovice: Albert, 2013. 116 s. ISBN 978-80-7326-233-4.
- LOKAJ, Z. *Média a realita*. Vyd. 1. Liberec: Technická univerzita v Liberci, 2007 [i.e. 2008]. 37 s. ISBN 978-80-7372-290-6.
- MENDOZA, K. *Media Literacy and Invitational Rhetoric. Media Education Lab Working Paper Series*. 2007, s. 1-32. Dostupné z: <https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/0163443710393382>.
- MIOVSKÝ, M. *Kvalitativní přístup a metody v psychologickém výzkumu*. Vyd. 1. Praha: Grada, 2006. 332 s. Psyché. ISBN 80-247-1362-4.
- MUSIL, J. *Úvod do sociální a masové komunikace*. Vyd. 2. Praha: Univerzita Jana Amose Komenského, 2008. 123 s. ISBN 978-80-86723-44-0.
- NIKLESOVÁ, E. *Teorie a východiska současné mediální výchovy*. V Českých Budějovicích: Pedagogická fakulta Jihočeské univerzity v Českých Budějovicích, 2007. 140 s. ISBN 978-80-7040-995-4.
- NIKLESOVÁ, E., BÍNA, D. *Mediální gramotnost a mediální výchova: studijní texty*. Vyd. 1. České Budějovice: Vlastimil Johanus, 2010. 86 s. ISBN 978-80-904247-6-0.

PAVLŮ, D. *Dítě a reklama: odborná konference s mezinárodní účastí - Zlín 28. května 2003: 43. mezinárodní festival filmů pro děti a mládež*. [Praha]: Mospra, 2003. 100 s. ISBN 80-239-0417-5.

ŘEZÁČ, J. *Sociální psychologie*. PAIDO, 1998. 268 S. ISBN 80-85931-48-6.

SEDLÁKOVÁ, R. *Výzkum médií: nejužívanější metody a techniky*. Vyd. 1. Praha: Grada, 2014. 539 s., [4] s. obr. příl. *Žurnalistika a komunikace*. ISBN 978-80-247-3568-9.

SLOBODA, Z. *Mediální výchova v rodině: postoje, nástroje, výzvy*. Vyd.1. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 2013. 246 stran. *Kultura, média, komunikace. Paedagogiemediorum*. ISBN 978-80-244-4496-3.

SLOBODA, Z. Děti médiím rozumějí – ale jinak! Mediální výchova v rodině. *Šance dětem* [online]. 2011, 31. 10. 2011 [cit. 2019-03-14]. Dostupné z: www.sancedetem.cz/srv/www/content/pub/cs/clanky/Děti_a_média [online]. 2018 [cit. 2019-03-14]. Dostupné z: <https://www.detiamedia.cz>.

SUCHÝ, A. *Mediální zlo - mýty a realita: souvislost mezi sledováním televize a agresivitou u dětí*. Vyd. 1. V Praze: Triton, 2007. 168 s. *Psyché; sv. č. 49*. ISBN 978-80-7254-926-9.

ŠEĐOVÁ, K. *Děti a rodiče před televizí: rodinná socializace dětského televizního diváctví*. Brno: Paido, 2007. 157 s. ISBN 978-80-7315-149-2.

STAŠOVÁ, L., SLANINOVÁ, G., JUNOVÁ, I. *Nová generace: vybrané aspekty socializace a výchovy současných dětí a mládeže v kontextu medializované společnosti*. Vyd. 1. Hradec Králové: Gaudeamus, 2015. 212 s. ISBN 978-80-7435-567-7.

ŠVARŤÍČEK, R. a kol. *Kvalitativní výzkum v pedagogických vědách*. Vyd. 1. Praha: Portál, 2007. 377 s. ISBN 978-80-7367-313-0.

VÁGNEROVÁ, M. *Vývojová psychologie: dětství, dospělost, stáří*. Vyd. 1. Praha: Portál, 2000. 522 s. ISBN 80-7178-308-0.

ZHÁNĚL, J, HELLEBRANDT, V., SEBERA, M. *Metodologie výzkumné práce*. Vyd.1. Brno: Masarykova univerzita, 2014. 65 s. ISBN 978-80-210-6696-0.