

UNIVERZITA JANA AMOSE KOMENSKÉHO PRAHA

Bakalářské kombinované studium
2009 – 2012

BAKALÁŘSKÁ PRÁCE

Růžena Markovská

Vliv médií na celkový rozvoj dítěte se zaměřením na rozvoj řeči

Praha 2012

Vedoucí Bakalářské práce:
Mgr. Hana Fleischmannová

JAN AMOS KOMENSKÝ UNIVERSITY PRAGUE

Bachelor Combined Studies
2009 - 2012

BACHELOR THESIS

Růžena Markovská

The media influence on the child development
- focused on the speech development

Prague 2012

The Bachelor Thesis Work Supervisor:
Mgr. Hana Fleischmannová

Prohlášení

Prohlašuji, že předložená Bakalářská 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 použité literatury.

Souhlasím s prezenčním zpřístupněním své práce v univerzitní knihovně.

V Děčíně dne 13.3.2012

Růžena Markovská

Poděkování

Chtěla bych poděkovat Mgr. Haně Fleischmannové za významnou pomoc v průběhu psaní a správné nasměrování při uchopení tématu bakalářské práce a taktéž za její důvěru.

Anotace

Bakalářská práce se zamýšlí nad úrovní komunikace žáků II. stupně ZŠ, nad úrovní jejich vyjadřování, nad možnostmi médií, které schopnost vyjadřování obohacují, ale i brzdí ve svém vývoji. Teoretické poznatky zde slouží jako nástroj k porovnání doby médií téměř nepoznamenané a současnosti, kdy se společnost - její děti, s médii probouzí a jsou jimi provázeny po celý den. Závěrem je poukázáno jak kladně, ale i záporně je sledovaná skupina respondentů médií ve své komunikaci ovlivněna.

Klíčové pojmy

internet, jazyk - nástroj k dorozumívání, kniha, rozhlas, společnost, televize,
žák II. stupně ZŠ

Annotation

The thesis is focused on the communication level of students of the second degree of primary schools, the level of their expression, as well as media options which the ability of expression enrich but also restrict their development. The theoretical knowledge is used comparison the time almost unmarked by media, and these days, when society - her children, are with the media waking up and are accompanied by them throughout the day. Finally the thesis shows is the group of respondents influenced by media in their communication in possitive and negattive way.

Key words

internet, language as a tool of communication, book, radio, society, television, primary school student

OBSAH

ÚVOD	8
1. JAZYKOVÁ KOMUNIKACE V DĚJINÁCH LIDSTVA	11
1.1 Dějiny českého jazyka	12
2. JAZYK A MÉDIA VE SPOLEČNOSTI.....	15
2.1 Masová komunikace	16
2.2 Média uvnitř společnosti.....	17
2.3 Média jako partner doby	18
3. DÍTĚ A MÉDIA	21
3.1 Dítě s knihou v ruce	22
3.2 Dítě a komunikace na internetu	23
4. Mediální výchova	27
5. Mediální gramotnost.....	30
6. PRAKTICKÁ ČÁST	33
6.1 Dotazník - jeho charakteristika	33
6.2 Předpokládané hypotézy	34
6.3 Formulace a vyhodnocení výzkumných otázek.....	35
6.4 Závěr průzkumu	45
6.5 Cesta k nápravě	46
7. ZÁVĚR	47
8. Seznam použité české literatury a pramenů.....	50
9. Seznam použité zahraniční literatury a pramenů.....	52
SEZNAM PŘÍLOH.....	53

ÚVOD

Pomineme-li určité procento samotářů, je člověk tvor společenský. Život v rodinách, rodech, kolektivech a jiných společenstvech je přirozeným jevem. Abychom však mohli jeden vedle druhého existovat, je nutností dodržování určitých norem a pravidel. Jednoduše řečeno, je potřeba určitým způsobem spolu vycházet. Jak toho docílit?

Základem je bezesporu komunikace. Dobrou či špatnou úroveň naší vzájemné komunikace ovlivňuje nejenom prostředí, ve kterém žijeme, učíme se a pracujeme, ale i možnosti vzdělávání a s tím spojené možnosti rozvoje našeho jazyka - řeči, která je nejdůležitějším komunikačním nástrojem. Na rozvoj naší řeči mají v prvopočátcích vliv naši nejbližší - rodiče, prarodiče, později jsou to učitelé, spolužáci, kolegové aj. Velkou roli ve vývoji dítěte, ve vývoji jeho řečových schopností mají vedle všech jmenovaných, určitě také média.

Média jsou tu a jsou téměř všude přítomná. Nejen naše životy, ale i životy našich dětí ovlivňují, ať chceme či nechceme. Nabídka médií je rozmanitá a lákavá. Jak se jimi necháme ovlivnit, do jaké míry a jakým způsobem jimi necháme ovlivnit naše děti, záleží také na nás, na rodičích.

Jako rodiče jsme s netrpělivostí čekali na první slůvko našich ratolestí. Vyprávěli jsme jim, předčítali knihy pro nejmenší a s důrazem opakovali každé slovo, které jsme vyslovili. Hlíдали jsme je na každém kroku a trpělivě naslouchali. Přišlo první slovo, druhé, první věta a naše dítě začalo pozvolna komunikovat, nejdříve s námi, později se svými vrstevníky v mateřských a základních školách. V průběhu povinné školní docházky se jejich schopnost vyjadřování výrazně zlepšuje, slovní zásoba se rozšiřuje a to především díky čtení, které si děti na I. stupni ZŠ osvojují. Čtou knihy, časopisy pro ně určené a sledují pořady námi doporučené, tím pádem schválené a my jsme spokojeni.

Naším dětem stále rozumíme. Víme, co čtou, co poslouchají, které pořady sledují. Naše vzájemná komunikace zdá se bezchybná.

To vše trvá jen do té doby, než se naše dítě začne se svými vrstevníky zavírat ve svém pokoji a na dveře pověsí ceduli - nerušit prosím, učím se nebo prosím klepat. Tato situace zpravidla nastává přestupem dětí na II. stupeň ZŠ. Dveře jsou zavřené a my přestáváme mít přehled o tom, jak naše děti mezi sebou komunikují a především o čem spolu rozpráví. Jsme schopni jejich jazyku ještě stále porozumět a můžeme ho schválit? Zkusme tady dveře otevřít a pozvěme vrstevníky našich dětí do naší společnosti a komunikujme spolu. Myslím, že mnozí z nás se snaží, ale zdá se, že to někde vázne. Jako kdyby naše děti měly svůj vlastní jazyk. Kde však čerpají, kde berou slova, kterým nerozumíme. Co vlastně čtou, poslouchají, co sledují žáci II. stupně ZŠ ve svém volném čase? Prosedí dlouhé hodiny u televize nebo jsou tzv. „in“ a serfují nekonečné hodiny po internetu? Zjistit skutečnost a zamyslet se nad problematikou zkoumaného jevu, zhodnotit výsledky průzkumu si dala za cíl tato práce.

Ke zkoumání daného problému jsme zvolili formu psaného dotazníku, který jsme podrobně představili žákům VI. třídy ZŠ během naší návštěvy na jejich škole a poprosili je o jeho vyplnění. Jedná se o třídu 28 žáků ve věku 12 – 13 let. Návštěva byla předem domluvena a schválena třídním učitelem, který rovněž souhlasil s rozhovorem na dané téma. Námi zvolené téma vidí jako velmi aktuální a vhodné k zamyšlení. Z vlastní praxe uvádí, že vyjadřování žáků není problémem jen v době jejich volnočasových aktivit, ale už v samotném průběhu vyučování. Děti mají problém se srozumitelností a často tápou ve své slovní zásobě. Žáci mají strach mluvit před publikem, tudíž zkoušení u tabule jim dělá značné obtíže. Cítí se nesví a nejistí. Zůstává otázkou, zda jim činí problémy přítomnost pedagoga nebo jiné dospělé osoby, neboť o přestávkách mezi sebou čile komunikují. Vyhodnocením odpovědí se dozvíme, ve společnosti koho nebo čeho tyto děti tráví svůj volný čas. Budeme schopni se zamyslet, zda je jejich volba správná a do jaké míry mohou být touto volbou ovlivněny ve svém chování a především ve svém vyjadřování.

Zda jsou schopny na základě své volby programu volného času získávat nebo naopak ztrácet.

Jako rodiče získáme určitý náhled nad sledovanou situací a budeme schopni se zamyslet se nad tím, zda je či není potřeba více kontrolovat zdroje, z kterých děti nové poznatky čerpají. Tato práce by měla rodiče motivovat k tomu, aby si uvědomili, že 12 –13 děti nejsou ještě připraveni „vyrazit do světa“. Nejenom, že neví jak se v konkrétní situaci zachovat, ale především neví jak odpovídat. Velmi těžko hledají vhodná slova ve své slovní zásobě, tudíž rozhovor s cizím člověkem se stává pro ně nesnadným. Měli bychom si uvědomit, že zdatným se stává jen ten, který poctivě trénuje a to i v případě rozhovoru. Volme tedy témata, o kterých se naše děti dočítají v médiích a staňme se jejich partnery v dialogu.

1. JAZYKOVÁ KOMUNIKACE V DĚJINÁCH LIDSTVA

Jazyk je společenským jevem a na jeho fungování mají vliv mimojazykoví činitelé. „*Jazyk je forma našeho bytí, je náš majetek. Nejsme jen jeho uživatelé, ale i majitelé, přivlastňujeme si ho (aniž o tom víme) pevněji než kteroukoliv jinou hodnotu. A mívá pro nás (aniž to tušíme) často největší význam...Jen konkrétní kultura umožňuje jazyk a uděluje mu význam.*“ (Jiráček, Jazyk ve společenském kontextu, 1996, s. 92) Výklad jazyka je různý. Budil říká, že podle Isidora ze Sevilly (encyklopedický učenec, vlivný autor raného středověku) národy vzešly z primární rozdílnosti jazyků, nikoliv jazyky z národů. (Budil, Od prvotního jazyka k rase, 2002) Jazykem (mluvou), schopností jej ovládat se zabývá vědní disciplína zvaná rétorika. Jazyk (mluva) neodmyslitelně patří k člověku. Pokud by člověk nedokázal říci, co potřebuje a po čem touží, byl by jeho život nesnadný a velmi ztížený. Jazyk je potřebný ke společenské komunikaci.

„*Moderní doba přináší doslova překotný rozvoj mezilidské komunikace, ať už v osobním, soukromém životě, tak především ve veřejném prostoru. Komunikují se témata politická, ekonomická, obchodní, svrchované důležitosti nabývá masová komunikace v hromadných sdělovacích prostředcích - médiích, ale i komunikace reklamní a marketingová, na níž doslova stojí celý svět podnikání a obchodu.*“ (Žantovská, Jazyková komunikace v dějinách lidstva, 2008, s. 7)

Žantovská (2008) ve své knize rovněž zaznamenala, že s Aristotelem (starověké Řecko) přichází dělení řeči do tří druhů, a sice na řeč soudní, poradní a oslavnou. „*Tradičně se pojem řeč myslí poměrně složitý, závazně strukturovaný, důsledně propracovaný útvar, a to jak v jazykové a stylistické, tak v přenosové formě projevu.*“ (tamtéž, s. 11) Středověká rétorika se začala vedle mluveného projevu soustřeďovat také na písemný text, veškerá četba probíhá nahlas. Mluvu v tomto období významně ovlivnila kázání, především hloubka a emoce projevu kazatelů. Kazatelství bezpochyby souvisí se vznikem

křesťanství. Kazatelé se snažili oslovit a ovlivnit početné skupiny lidí. Jen pro zmínku, do středověku také spadá prvotní vyučování gramatiky.

V době renesance se stává mluva předmětem výuky a výchovy. Důraz je kladen také na estetickou a originální stránku řeči. *„Jako nejvýraznější a charakteristický žánr, který doprovází celé renesanční období a zachycuje jeho bouřlivý rozvoj, se dá označit forma dopisu. Dopis se stává psanou obdobou dialogu a forma rozhovoru patří k další oblasti, která je v renesanci středem zájmu humanistických učenců. Vynález knihtisku umožnil nebývalý rozkvět školství a rozvoj vzdělanosti i ve společenských vrstvách, které byly dříve z tohoto procesu více méně vyloučeny.“* (tamtéž, s. 83) **Zde bychom mohli zdůraznit prvotní působení „médií“ na společnost v širším slova smyslu. Právě díky knihtisku se moudra šířila do podvědomí lidí, kteří dříve neměli možnost poznání. Ten, kdo byl schopen číst, měl možnost získávat informace a tím si rovněž obohatit svoji slovní zásobu.** Lidé mohli číst, zamýšlet se a vzájemně spolu debatovat nad podstatou přečteného. Knih tisk vedl také k posílení písemného projevu.

Období počátků novověku je obdobím, kdy se *„zájem badatelů obrací ke studiu vnitřních zákonitostí jazykového vývoje, rodí se historická a srovnávací jazykověda...“* (tamtéž s. 103) V první polovině 19. Století se jazykověda podílí na formování chování, na vkusu a vyjadřování společensky vysoko postaveného jedince.

1.1 Dějiny českého jazyka

„České země ve středověku patří k těm oblastem, které charakterizuje celkově vysoká úroveň rétorického diskursu. V některých oblastech, zejména v kazatelské rétorice, předznamenávají i další vývoj a jsou domovem řady vynikajících a široce respektovaných osobností“ (tamtéž, s. 65)

Český jazyk se stává plnohodnotným komunikačním prostředkem ve všech oblastech života české společnosti po završení poslední etapy národního obrození. Národ diskutuje jak v mluveném projevu, tak na stránkách novin a časopisů.

Pro druhou polovinu 20. Století (období vědeckotechnické revoluce) je příznačný obrovský nárůst informací. Vychází velké množství vědeckých časopisů, narůstá komunikační rychlost, ale i rychlost zápisu informací. Rozšiřují se mezinárodní styky. Je potřeba komunikovat mimo mateřtiny, také v cizím jazyce. „*Nové štandardné, spisovné jazyky sa sformovali na základe hovorovej reči, obohatili sa v rozličnej miere o prvky literárneho jazyka a otvorili sa európskym vplyvom.*“ (Krupa, Jazyk - neznámy nástroj, 1991, s. 11) Každý stát sám ovlivňuje vývoj jazykové situace a to především za pomoci vzdělávací soustavy, politiky a v neposlední řadě za pomoci masovokomunikačních prostředků. Právě díky médiím se také nižší společenské vrstvy, které nejsou schopny se z konkrétních důvodů zapojit do vzdělávacího procesu, mohou seznámit s množstvím odborných a jim do té doby neznámých slov.

Představme si situaci, kdy několik sobě neznámých lidí, se v průběhu určité společenské události, pustí do vzájemné konverzace. Hovoří na téma, které je tou dobou velmi aktuální. Hodně se o něm píše. Mají-li tedy účastníci konverzace možnost čerpat z médií, jsou znalí problematiky, i když jejich vzdělání nedosahuje vyšší úrovně. Je tady evidentní, že média rozšiřují nejen naši slovní zásobu, ale i naše vědění a dávají nám možnost, být tzv. v obraze. **Masová média jsou využívána k šíření různých sdělení mezi početnou skupinu (publikum) s cílem je ovlivnit.**

„*Český národ prožíval český jazyk jako národně identifikační a nejvíce prestižní fenomén, který lze s češtvím spojovat.*“ (Jiráček, Mediální gramotnost - nový rozměr vzdělávání, 2007, s. 47)

„*Odlišení mytologického a praktického vztahu k jazyku umožňuje oddělit to, co si o jazyku v médiích myslíme, jaké hodnotové prvky s ním spojujeme, jak citliví a netolerantní jsme, když se vztahujeme k jeho mytologické existenci, od toho, jak s ním prakticky zacházíme v každodenní mediální praxi. Český jazyk je na začátku nového tisíciletí ve velmi dobrém postavení. Je jazykem etnicity, která prakticky souběžně reaguje na světové kulturní události a je součástí kulturní směny, kterou s sebou přináší globalizace médií. Z hlediska mytologického*

*přístupu je český jazyk v ohrožení. V ohrožení je spisovnost, čistota, jazyková kultura, gramatická a ortografická správnost, spisovná výslovnost atp. **Mytologický přístup ukazuje, že mediální výchova musí respektovat fakt, že média jsou nositelem spisovnosti. Byla jím před listopadem 1989 a jsou jím i nyní. Tištěná média udržela jednotu spisovného jazyka.***“ (tamtéž, s. 48, 49)

2. JAZYK A MÉDIA VE SPOLEČNOSTI

Současná společnost je vyspělá a moderní. Děti jsou zvědavé a chtivé poznání. Mají rády dobrodružství a snaží se za pomoci všech možných dostupných prostředků odtajnit vše, co jim bylo dosud skryto. Nic moderního a nadčasového jim není cizí. Odpovědi na svoje otázky hledají nejenom v komunikaci s námi (rodiči), ale také četbou, poslechem sdělovacích prostředků a v neposlední řadě se jim velkým kamarádem a průvodcem po neznámém stal internet.

Jazyk je jedním s charakteristických znaků společnosti. Bez jazyka je vzájemná komunikace velmi obtížná. *„Jazyk nejčastěji pokládáme zcela správně za prostředek pro dorozumění s jinými lidmi. Jazykem sdělujeme myšlenky, vyjadřujeme své pocity. Proto říkáme, že jazyk je nástroj dorozumění a myšlení. Proti této definici byly však už dříve a jsou i nyní námitky. Poukazuje se zejména na to, že slovo nástroj nedostatečně vystihuje aktivní úlohu jazyka ve společenských procesech i šíří úloh, které jazyk ve společnosti plní.“* (Skácel, Jazyk a společnost, 1977, s. 7)

Jazyk o společnosti vypovídá víc, než si myslíme. *„Jazyk je také někdy považován za sociální chování. Tyto názory vznikly zejména v USA, kde jazyk platí za součást kultury značně široce formulované. Tedy kultura je souhrn poznatků a jazyk jako její součást představuje jazykové poznatky pro společenskou činnost.“* (tamtéž, s. 8)

„Během 19. Století se ustálil názor, že jazyk je společenský jev s důležitými úlohami - funkcemi. Společenská jazyka však byla a je různě vykládána. Podle jedněch znamená především fakt, že jazyk byl ve společnosti vytvořen a jen společností (nikoli jedincem) může být měněn. Jazyk existuje jako fakt, kterému se jednatel podřizuje.“ (tamtéž, s. 9)

Abychom si dokázali říci o své potřebě, abychom dokázali vyjádřit své pocity a touhy, abychom dokázali žít naplno, musíme mluvit. A to nejenom my jako jedinci, ale všichni, všichni musíme mluvit. *„Cesta k úspěchu, ať už*

společenskému nebo profesionálnímu, je dlážděna slovy. Pro toho, kdo má s mluveným projevem problémy, to ovšem může být cesta velmi hrbolatá.“ (King, Nebojte se mluvit, 1996, s. 7)

2.1 Masová komunikace

Masové komunikaci je v současné době věnována značná pozornost. Podle Skácela (1977), se prostřednictvím masové komunikace jazyk stává součástí moderní civilizace a je schopen vyjádřit hloubku vztahů jazyka a společnosti. (Skácel, Jazyk a společnost, 1977).

„Masová komunikace je produktem vědeckotechnické revoluce a odráží ve své bezejmennosti růst složitosti společenských styků a vztahů.“ (tamtéž, s. 41)

Nebudeme daleko od pravdy, řekneme-li, že masová komunikace se podílela a podílí svým vlivem na společenských změnách. *„Masová komunikace je skutečně produktem moderní společnosti, kdy se hromadné sdělovací prostředky, zcela zapojují do služeb vládnoucí třídy na straně jedné, na druhé straně se však masová komunikace stává velkou zbraní dělnictva v boji proti kapitálu prostřednictvím dělnického tisku.“* (tamtéž, s. 42) Síla masové komunikace, rozsah její působnosti a její účinnost závisí na tom, jaké společenské třídě právě slouží. Masovou komunikací rovněž rozumíme rozšiřování dostupnosti sdělení a informací v čase a prostoru. *„Pro masovou komunikaci, jak se doposud rozvíjela, je příznačné, že její produkty jsou dostupné širokému okruhu příjemců – a to i v tom případě, kdy tyto produkty z nejrůznějších důvodů ve skutečnosti obíhají v poměrně malém a omezeném sektoru populace. Dostupnost sdělení vyprodukovaných v procesu masové komunikace má velmi významné důsledky pro naše uvažování o rozdílu mezi veřejnou a soukromou sférou.“* (Thompson, Média a modernita, 2004, s. 31) To co je pro společnost chápáno jako otevřené a dostupné, nabývá zpravidla povahy veřejné. *„Obsah mediálních sdělení je proto chápán jako něco veřejného, tedy něco, co mohou přijímat a pozorovat obrovské zástupy jedinců, kteří mohou být, a zpravidla také jsou, rozptýleni v nejrozmanitějších, od sebe vzdálených kontextech.“* (tamtéž, s. 31) V rámci masové komunikace informace přijímáme, ale bez možnosti našeho zásahu, bez možnosti našeho vlivu tyto

informace upravit, či zcela změnit. Správnost nebo vhodnost sdělení posuzujeme ze svého pohledu a vybíráme si materiál, pro nás potřebný. Jen hrstka jedinců se pouští do boje o správnost sdělení s vydavateli, prostřednictvím různých anket a rozhovorů na stránkách jejich titulů.

2.2 Média uvnitř společnosti

Pokud o současné společnosti hovoříme jako o moderní, nelze si představit, že by existovala bez médií. Média nás oslovují každý den a téměř na každém kroku. Ať už vědomě či nevědomě, jsme jimi ovlivňováni a často jim podléháme. *„Medializace, je skutečnost, že život jednotlivce, skupin i celé společnosti je prostoupen médii (tradičními „masovými“, tedy periodickým tiskem, rozhlasovým a televizním vysíláním a stále zřetelněji i telepatickými „síťovými médii, jež na sebe berou více a více charakteristik dříve spojovaných s „tradičními“ masovými médii). Média se stávají rozhodující institucí socializace a identifikace se společností, instituce, jež namnoze dokáže zastínit školu i rodinu. Média mají zřejmý vliv na chování jedince a společnosti, na životní styl, na kvalitu života vůbec.“* (Jirák, Mediální gramotnost - nový rozměr vzdělávání, 2007, s. 6)

Také společenské kulturní prostředí se odráží v obsahu médií a média jsou kulturou do značné míry ovlivňována. Mediální kultury jsou v různých zemích různé. *„Zřetelně se mění důraz, který média kladou na jednotlivé události. Média se také významným způsobem podílejí na formování nejrůznějších projevů kultury dané společností, neboť dokážou nabízet totéž sdělení velkému počtu příjemců (a tím jim zajišťovat sdílené zprostředkované zážitky). Pro svou schopnost nabídnout tatáž sdělení velkému počtu příjemců - a to sdělení již slouží k identifikaci, k zaplnění volného času, poskytují náměty k přemýšlení a nabízejí zábavu a uvolnění - byla a jsou masová média považována za důležitou a nenahraditelnou podmínkou rozvoje masové kultury.“* (Jirák, Média a společnost, 2003, s. 55, 56, 5)

Jak už jsme poznamenali, společnost je médii přímo či nepřímo ovlivňována. Z toho vyplývá skutečnost, že média bereme jako své rádce, pomocníky ve chvílích rozhodování a zaujímání určitého stanoviska a postoje. *„Média jsou nepochybně společenské instituce svého druhu. Konkrétní představy o této významné roli médií se liší podle přístupu ke vztahu médií a společnosti obecně.“* (tamtéž, s. 58)

2.3 Média jako partner doby

Aby společnost v průběhu svého dalšího vývoje rozuměla i nadále médiím a média byla schopna společnost ve svém obsahu i nadále zobrazovat, aby jí byla dál příležitostným rádcem a mohla ji do určité míry ovlivňovat, je potřeba dalšího nezastavujícího vývoje těchto komunikačních prostředků. *„Vývoj médií je zcela zásadním způsobem propojen s nejvýznamnějšími institucionálními změnami, které utvářely moderní svět.“* (Thompson, Média a modernita, 2004, s. 5) Vývoj médií je patrný zcela určitě v růstu nových komunikačních a informačních sítí.

„Při produkci symbolických sdělení a jejich přenosu k ostatním se zpravidla využívá nějaké „technické médium“. Technickým médiem se rozumí hmotný podklad symbolických sdělení - tedy hmotné prvky, jejichž prostřednictvím je informace nebo symbolický obsah zachycen a přenesen od podavatele k příjemci.“ (tamtéž s. 21)

Na základě toho, jakou informaci hledáme a jak rychle ji potřebujeme zjistit, volíme vhodný zdroj, vhodné „technické médium“.

„Na uspořádání časových a prostorových aspektů společenského života se podepsala všechna technická média, ale snad nejvýznamnější byl v tomto ohledu rozvoj telekomunikačních technologií ve druhé polovině devatenáctého století.“ (tamtéž, s. 31)

Naše možnosti k přístupu informací a dat, k navázání kontaktů a pořizování záznamů nabírají stále větších a větších rozměrů.

„Život v mediovaném světě v sobě obsahuje neustálé mísení různých typů zkušeností. Ačkoli žitá zkušenost, je stále více doplňována - a v některých ohledech i nahrazována - mediovanou zkušeností, jež má podle všeho stále větší úlohu v procesu formování sebepojetí. Lidé stále více využívají mediované zkušenosti, aby si doplnili informace a změnili představy o vývoji sebe sama. Takže vzrůstající dostupnost mediované zkušenosti vytváří nové příležitosti, nová prostředí pro experimentování se sebepojetím. Zjišťujeme, že jsme vtahováni do témat a společenských vztahů, jež daleko přesahují bezprostřední prostor našeho každodenního života. Život v mediovaném světě tak s sebou nese nové břemeno odpovědnosti, které na bedra některých lidí těžce doléhá.“ (Thompson, Média a modernita, 2004, s. 186, 187)

Znamená to, že pokud nebudeme připraveni čelit obrovské mase dat a informací, nebudeme schopni ovládat „technická média“, která nám je přinášejí, pak se snadno může stát, že se ztratíme v neznámu. Mezi námi už dnes žije bohužel velké množství lidí, kteří se k tolik potřebným informacím neumějí a v mnoha případech nemohou dostat.

„Není snad pochyb o tom, že klíčovou roli v pěstování pocitu odpovědnosti za náš společný osud sehrávají - a budou i nadále sehrávat - nejrůznější komunikační média. Média pomáhají uvést do pohybu proces „demokratizace odpovědnosti“ - v tom smyslu, že starost o vzdálené lidské bytosti se stává čím dál tím významnější součástí každodenního života stále většího počtu lidí.“ (tamtéž s. 29)

Znamená to, že jen dalším vzděláváním budeme schopni disponovat silou médií. Zda tuto sílu využijeme ke svému prospěchu, k rozšíření životních obzorů, nebo se naopak médií necháme vést po slepé stezce, záleží jen na nás.

„Je nesmírně těžké určit směr, jímž se bude mediální komunikace - obohacená o prostředí „sítě sítí“ - dál rozvíjet. Její produkty jsou sice

potencionálně dostupné všem, ve skutečnosti je však mohou reálně využít jen ti, kteří si k nim technicky i ekonomicky dokážou zjednat přístup (a těch je ve světové populaci stále ještě zlomek). A dále - její produkty jsou potencionálně důležité pro rozhodování ve věcech soukromých i veřejných, ve skutečnosti jsou to však především produkty, které slouží k zábavě a rozptýlení.“ (Jirák, Média a společnost, 2003, s.198)

3. DÍTĚ A MÉDIA

Naše děti - to nejcennější, co máme. Abychom je mohli chránit, je nutné o nich vědět, být s nimi v neustálém spojení a mít přehled o tom, co v kterou chvíli dělají. Jak probíhá školní výuka, co dělají ve volném čase, s čím nebo s kým a jakým způsobem se vlastně baví. O jejich prohrěscích v průběhu vyučování se dozvídáme prostřednictvím pedagogických pracovníků a tak jsme schopni určitým způsobem reagovat a sjednat nápravu. Pokud se věnují sportu a pravidelně trénují nebo navštěvují jiný zájmový kroužek, můžeme být rovněž bez obav, protože v přítomnosti trenérů nebo vedoucích kroužků jsou nuceny, stejně jako je tomu v průběhu vyučování, dodržovat jistá pravidla, nejenom v chování, ale i ve vyjadřování.

Můžeme-li nahlédnout do jejich rozečtených knih, pak také víme, o čem čtou a do jaké míry, je jimi zvolené téma, může obohatit a rozšířit jejich slovní zásobu, potřebnou ke každodenní komunikaci.

Není však tajemstvím, že dnešní děti namísto četby knih, sportovních aktivit a pravidelných návštěv zájmových kroužků, nejraději usedají k počítači a dlouhé hodiny bloudí po internetu. *„Od roku 2000 dále prudce narůstá čas strávený s počítačem a ještě rychleji z toho roste čas v kyberprostoru a rozvíjí se nová dimenze existence – virtuální realita. Nástup nových technologií i ve volném čase mládeže je provázen opačným trendem, poklesem četby tištěných knih. Nové technologie vytvářejí vlastní podobu sdělení, které má multimediální charakter s významnou obrazovou složkou. Text se zdá být v nastupujícím digitálním věku zastaralý.“* (Ministerstvo školství, mládeže a tělovýchovy 2000-?:5 in Pavlíčková, Mediální pedagogika, 2009, s. 5)

Stejně jako jsou média dostupná a otevřená nám dospělým, stejně tak je tomu v případě našich dětí. A to je moment, kdy ztrácíme kontrolu nad tím, jaká témata vyhledávají a jakým způsobem komunikují. Ve volbě témat a přátel, s kterými budou prostřednictvím internetu trávit svůj volný čas, jsou svými pány. A tak nás nutí, zamyslet se nad tím, jak moc mohou být děti internetem ovlivňovány a jsou-li vůbec v bezpečí? Jsou vůbec schopny

porozumět všemu, co vidí a co čtou, jsou schopny rozeznat dobré a zlé a umět správně využít získané informace? Rozeznají vůbec hranice, za které není se radno pouštět? Otázky, na které stále hledáme odpověď, neboť možnosti internetu jsou nekonečné. Vyvarujme se tedy odpovědi typu: „Ne zlato, teď zrovna nemám čas, abych ti cokoliv vysvětloval!“ Řekneme-li to jednou, dvakrát a stane-li se to postupně pravidlem, naše děti za námi už chodit nebudou. Už nebudou chtít komunikovat a my nezjistíme, zda to vůbec dokážou, zda dokážou mluvit o problému.

3.1 Dítě s knihou v ruce

Jako rodiče velmi dobře známe situaci, kdy se všemožně snažíme připomenout svým dětem, že jsme kdysi také byli dětmi a že jsme si dokázali docela dobře vystačit s tím, co nám doba nabízela. A co jste vlastně mohli dělat, když neexistovaly MP přehrávače, DVD a hlavně když neexistoval internet? Ptají se naše děti a krouží svými hlavinkami. Nutno dodat, že soucitně. Nezlobíme se na ně, protože pro ně je doba bez dnešních moderních vymožeností téměř nepředstavitelná.

Internet nebyl, avšak už tenkrát „byla média (noviny, rozhlasové a televizní vysílání) součástí každodenních rutin, zvyků a rituálů, myšlenkových schémat i používaného jazyka.“ (Pavličková, Mediální pedagogika, 2009, s. 71) Své vědění a slovní zásobu jsme obohacovaly čtením knih a dětských časopisů, které jsme velmi rády a pravidelně odebíraly a o jejich obsahu živě diskutovaly. V knihovnách jsme vyhledávaly knížky, které dokázaly zapracovat na naší fantazii. Četly jsme rády a četly jsme pokaždé, když to bylo jen trochu možné. Knížky a časopisy nás posouvaly dál. Jejich prostřednictvím jsme si dokázaly mnohé představit a mnohé také realizovat. Nacházely jsme v nich jakési návody na splnění našich snů, návody jak zvládnout tu či onu situaci. Samozřejmě, že školní učebnice byly plné vědění, ale knihy, pro které jsme chodily do knihoven, naše znalosti doplňovaly. Věděly jsme něco víc a sklízely tak obdiv svých vrstevníků a dělalo nám to dobře. Četly jsme a byly jsme schopné o tom vyprávět.

Neměly jsme DVD, ale byla tu televize, jejímž prostřednictvím k nám promlouvali naši kamarádi z oblíbených dětských pořadů. Byli našimi vzory, neboť my jsme po nich vše opakovaly, jejich myšlenky a slova jsme tlumočily svým rodičům a mnohdy se právě tyto animované postavičky stávaly prostředníky v naší komunikaci s vrstevníky, ale i „dospěláky“.

Už když nám naše rodiče a prarodiče předčítali, byly jsme schopni opakovat první písmena, celé věty a později i říkadla. Recitováním říkadel a básniček se z nás stávali básníci a my sklízely potlesk a obdiv svého okolí. Předčítání má pro emocionální vývoj dítěte a formování jeho návyku číst si v dospělosti obrovský význam. *„Vědci a praktické shodně tvrdí, že pravidelné hlasité předčítání učí dítě jazyku a myšlení, rozvíjí jeho paměť a obrazotvornost, obohacuje ho o vědomosti a vzorce morálního chování, posiluje jeho sebevědomí.*

Právě proto je společné čtení vítanou formou moudrého kontaktu s dítětem a vynikající výchovnou metodou.“ (Celé Česko čte dětem: Větrný Jeníkov (cit. 2012-02-25) Dostupné z WWW: <<http://www.celeceskoctedetem.cz>>. Aniz bychom byli schopni si to tenkrát uvědomit, bylo zjevné, že pokud něco známe, můžeme se dobře prezentovat a dobrá prezentace je důležitá pro sebevědomí každého jedince. Správné sebevědomí nás pak zbavuje ostychu hovořit.

3.2 Dítě a komunikace na internetu

Drtivá většina událostí, které se dějí na světě, se stane, aniz bychom my osobně byli jejich účastníky nebo svědky. O jejich existenci se dozvídáme pouze na základě toho, že nám o nich někdo předá informace. Ve většině případů jsou takovým informačním kanálem, který nám zprostředkuje informaci o dění v bližším či vzdálenějším okolí média a jejich zpravodajství.“ (Leichtová, Média a rozvoj, 2011, s. 15) Naše děti se k informacím dostávají mnohem snadněji, než tomu bylo v dobách našeho dětství. Mají-li jen trochu možnost, jednoduše spustí internet a mohou si tak přečíst knížku, časopis, najít svého kamaráda a návody na splnění svých snů. V momentě si mohou přečíst zprávy z těch nejvzdálenějších koutů světa a ze všech možných oblastí

politického i společenského života. Představa 21. století bez médií nás nutí se pousmát. Děti chtivé poznání neznámého, mají snahu se dostat ke zdrojům, která jim budou nápomocna v hledání odpovědí na jejich všetečné dotazy. A nejsou to jen knihy, časopisy, rádio, televize, ale především tolik opěvovaný, nutno však dodat, že občas i zatracovaný internet. Pokud je to jen trochu možné a situace rodinného zázemí dovolí dítěti vlastnit počítač, k internetu je to už jenom krůček. Pak je zcela jisté, že si dítě místo knihy nebo časopisu, vybere právě internet. Živé rozhovory zde probíhají prostřednictvím sociálních sítí. *„Sociální sítě se stávají novým komunikačním kanálem. Pomocí sociálních sítí se prostřednictvím Internetu sdružují lidé, kteří by se jinak fyzicky nemohli setkat. V současné době prožívají sociální sítě rychlý rozvoj, který je urychlován nově vznikajícími technologiemi. O popularitě sociálních sítí svědčí i fakt, že se do nich připojuje stále více uživatelů. Účel sociálních sítí se různí, některé slouží ke sdílení informací a k zábavě, jiné pomáhají hledat práci, případně sdružují etnika nebo umělce.“* (Wikipedie-Internet -Sociální sítě (cit. 2012-02-28) Dostupné z WWW:<<http://cz.wikipedia.org/wiki/Internet>>).

Mezi nejznámější sociální sítě, na kterých děti vedou rozhovory se svými kamarády a důvěrníky patří bezesporu Facebook. Způsob, jakým děti ve svém volném čase nejčastěji komunikují známe, ale jak moc svůj mateřský jazyk v průběhu těchto rozhovorů vylepšují nebo obohacují o nové tvary, zůstává pro nás nezodpovězenou otázkou.

Snažíme-li se své ratolesti přesvědčit, že také kniha by se měla stát součástí jejich volného času, slýcháme argumenty typu, že knihy mají přeci plnou školní aktovku a čtou z nich v průběhu vyučování a to je z jejich pohledu dostačující. A my jsme bezradní a máme pocit, že internet ve vztahu k našim dětem, je tu proto, aby za nás s dětmi komunikoval a odpovídal na jejich dotazy. Postupně si zvykáme na situaci, že děti za námi přestanou chodit, nic po nás nechtějí a nám, jak se zdá, to v mnoha případech začíná vyhovovat a postupně rezignujeme. **Děti mají svůj tolik oblíbený internet a jsou nadmíru spokojené. Měli bychom si však uvědomit, že internet nabízí vše a nic zde není tabu.** „Vlastně i samotné slovo tabu dnes slyšíme velmi zřídka. Ve filmu,

v literatuře i v médiích se v průběhu doby objevuje mnohé, co by dříve bylo nemyslitelné. Souvisí to s atmosférou všeobecného uvolnění.“ (King, Nebojte se mluvit, 1994, s. 27)

Pokud našim dětem místo nás (rodičů) odpovídá internet a místo rozhovoru s námi usedají raději ke svým počítačům a komunikují na sociálních sítích, něco není v pořádku a my bychom se měli zajímat, s kým že nám dítka na sociálních sítích komunikují a také jakým způsobem spolu rozpráví.

Každý z nás byl nejménou svědkem toho, když jeho vlastní ratolest nebo cizí dítě či mladý student, cestou vlakem nebo někde v internetové kavárně, rychlým tempem ťuká do klávesnice počítače a oči má upřené k monitoru. Neví co se děje vlevo a co vpravo. Pokud zrovna nepíše emailovou zprávu, nepřepisuje domácí úkol, je zcela určitě na „fejsu“¹ (sociální síti) a s někým komunikuje. Co pár úderů do klávesnice, to jedno slovo. Rychlost psaní svědčí o tom, že mají bohatou slovní zásobu. Ale co víme o její kvalitě? Nic neslyšíme a nakukovat přes rameno, se přeci jen nesluší. Ovšem doma jsme pány my. A tak se jakoby náhodou podíváme našim dětem přes rameno. Možná budeme mile překvapeni, ale možná, že se budeme velmi divit. **Komunikace na sociálních sítích je pro současné dítě ten nejběžnější každodenní způsob zábavy ve volném čase.** Není se čemu divit, počítač nikam neodchází a má pokaždé čas. Po skončení poslední vyučovací hodiny, děti běží domů a on (jejich počítač) tam trpělivě čeká. Stačí jej spustit a ony se rázem ocitají ve světě plném zajímavostí, tajemství a fantazie. Je tam vše a tak je pochopitelné, že už se po dalších knížkách, časopisech a programech dalších sdělovacích prostředků vůbec neshání.

„Současná debata o budoucnosti tiskových médií, především novin, méně již časopisů vychází z objektivních dat a čísel, jejichž řeč je neúprosná. Náklady denního tisku ve všech vyspělých průmyslových státech postupně klesají. Kromě toho sociologické průzkumy jasně ukazují, že v zemích s rozvinutou komunitou internetových uživatelů přestávají být prvotními a

¹ fejs = slangový výraz pro Facebook - ze slovníku sledovaných respondentů

hlavními zdroji denních informací nejen noviny, ale i rozhlas a televize distribuované tradičním způsobem, tj., zemskými vysílači, kabelem a satelitem.“ (Jirák, Mediální gramotnost, 2007, s. 120)

4. Mediální výchova

Jak už jsme se zmínili, děti jsou dětmi právě proto, že spoustu věcí neznají a spoustu skutečností nechápu. Vychováváme je, podporujeme ve vzdělání a snažíme se je všemožně chránit před možnými nástrahami. Pokud si ony sami nedokážou vybrat z přívalu informací a zvolit tu, která je povede správným směrem a je samo obohací v jejich vývoji, pak i samotná média mohou být jedním z obávaných strašáků.

V naší snaze naučit děti zaujmout správný postoj k médiím, nás podporuje také škola. *„Klasická představa výuky mateřského jazyka se opírá o jazykovou a komunikační praxi, která je z části školní, ovšem převážně mimoškolní. Autor (Otakar Šoltys) je přesvědčen, že by se tedy vztah mezi českým jazykem a mediální výchovou měl teoreticky uchopit a prakticky realizovat. Základní tezí pokusu o jedno z možných teoretických uchopení je víra, že mediální komunikační události jsou pragmatizací (obohacením o etnické a kulturní komunikační zvyklosti) znalostí a návyků, které žáci získali a získávají na hodinách českého jazyka.“* (Jiráček, Mediální gramotnost - nový rozměr vzdělávání, 2007, s. 47)

„Dítě se začíná zabývat novinami asi ve věku 8 - 12 let. Poněvadž dítě jest čtenářem novin, plným nadšení a čilé obraznosti, vznikají tím velmi závažné žurnalistické a pedagogické otázky. Noviny nepíší se pro dítě a pro jeho ještě nezralé pojmání světa a života. Noviny hromadí události, řadí katastrofy a zločiny těsně k sobě a mlčí při tom o všedním dnu, plynoucím tiše a pravidelně. Tím budí v obraznosti dítěte nebezpečný, úzkost budící souhrn života, jakoby záležel jen ze samých nehorázností.“ (Duch novin, s. 179 in Pavlíčková, Mediální pedagogika, 2009, s. 5)

Právě v době, kdy děti začínají číst vedle školních učebnic také první zprávy z novin nebo internetu, by vedle rodičů, měla být také škola připravena, vysvětlit dětem praktiky a metody žurnalistů.

„Daleko častěji však děti žijí v nepřefiltrovaném přílivu informací z médií, ve značné části rodin určují masová média, hlavně televize, rytmus a

náplň každodenního života. Děti proto potřebují podporu, aby učinily z médií své vlastní nástroje pro sluchové, zrakové i pocitové vnímání světa i pro vlastní osobní projev.“ (Pavličková, Mediální pedagogika - Média a komunikace v teorii a učitelské praxi, 2009, s. 5)

Rodiče mezi sebou často diskutují o tom, kdy a jakým způsobem by se měla stát průvodcem pom stránkách médií a pomohla tak dětem v porozumění přečteného.

Při zahájení školní docházky děti disponují informacemi, které získaly poslechem sdělovacích prostředků, avšak ty jsou pro ně spíše zmatkem, v kterém se ztrácí. *„Domníváme se proto, že již v prvních třech ročnících základní školy by měla mediální výchova podporovat a zároveň posilovat kreativitu, komunikační schopnosti, emociální i poznávací kompetence a technické dovednosti žáka. Žáci jsou vedeni k tomu, aby si uvědomovali média, která konzumují záměrně (v tomto období zejména sledování televize a užívání počítače k hrám a sledování filmů), a která je oslovují nezáměrně (hudba doprovázející nákup, produktová reklama a computerové hry v supermarketu, hudba z rozhlasu nebo televize jako zvuková kulisa)*“ (tamtéž, s. 6)

Snahou mediální výchovy je ukázat žákům správnou orientaci ve výběru vhodného materiálu a zároveň je učí, jak s informacemi zacházet. Je důležité, aby žáci dokázali rozlišit reálnost informací a dokázali si uvědomit, jak kladně či záporně je může ovlivnit.

„Na druhém stupni základní školy začínají žáci vnímat média v širším společenském a dějinném kontextu a jsou postupem času schopni netriviálního a vícerozměrného uvažování o světě médií. Uvědomují si vzrůstající míru obrazů v civilizaci, které jsou téměř všudypřítomné, avšak bez jazyka, textu či znalosti kontextu jsou téměř němé. Neopominutelná jsou ve výuce i pravidla bezpečného užívání internetu. Žáci si uvědomují, jak zprostředkovaná interpersonální komunikace (mobilní telefony, email, Skype, Facebook a další) ovlivňují způsob, jakým komunikují s ostatními a získávají informace o světě kolem sebe.“ (tamtéž, s. 7)

Neustále se zde zamýšlíme nad obsahem zpráv, které média přináší. Prostřednictvím médií jsme schopni přemýšlet nad oblastmi blízkých i vzdálených koutů světa. Tím nejdůležitějším však zůstává, zejména ve vztahu k dětem, úroveň jazyka, kterým k nám média promlouvají.

„Rétorika ukazuje jazyk, řeč a lidskou komunikaci v reálnějším světle než obrazové pojetí: jako silovou technologii, neustále používanou a „rozehrávanou lidmi“ proti sobě navzájem, jako náš živel neustálého snažení se zapůsobit na lidi kolem nás.“ (tamtéž, s. 115)

„Z hlediska praktické existence si dovoluujeme tvrdit to, že výuka češtiny (i jiných jazyků) na všech stupních škol je na médiích existenciálně závislá. Dosavadní linguová lingvistika, která na školách při výuce převládá, vyžaduje doplnění o dovednosti a komunikační návyky. Pragmatizace jazykových znalostí v komunikačních událostech jsou tak stále více na médiích závislé.“ (Jirák, Mediální gramotnost – nový rozměr vzdělávání, 2007, s. 49)

5. Mediální gramotnost

Samotná definice mediální gramotnosti nás ubezpečuje v tom, že pokud její obsah nejsme schopni pochopit a ovládat jej, nebudeme moci zaujmout správný postoj k médiím a předat dál našim dětem, tolik nezbytné zkušenosti.

„Mediální gramotnost je soubor poznatků a dovedností, které člověku umožňují účelně a poučně nakládat s mediální produkcí, která je mu nabízena, dovoluje mu média využívat ku svému prospěchu a dává mu nástroje, aby dokázal odhalit ty oblasti mediální produkce, které se jím snaží skrytě manipulovat.“

(4. ZŠ Kolín: ZŠ 2012 (cit. 2012-02-27). Dostupné z WWW: <<http://4zskolin.skola>>Základní škola>Rozvoj gramotnosti)

Pokud děti, k naší velké spokojenosti čtou knihy, časopisy nebo vhodné zprávy z internetu a mediální výchova jim pomáhá v porozumění mediální nabídce, neznamená to, že děti opravdu chápou a zda dokážou rozlišit klamavou reklamní kampaň od pravdivé a poctivé, realitu od skutečnosti a iluzí. Nebezpečná je rovněž vzrůstající agresivita médií, která ve snaze přilákat, co možná největší počet čtenářů a posluchačů, často překračuje etické normy a tím nezáměrně, ale tvrdě útočí na dětskou mysl, která není schopna vše dostatečně uspořádat a vyhodnotit. Je potřeba si uvědomit, že dítě dnešní doby, má neohraničené možnosti přečíst si jakoukoliv zprávu nebo článek, shlédnout jakýkoliv dokument nebo film. *„Jak nezkrslit realitu a zároveň nepřekročit určitá etická pravidla? Představa o tom, že jakákoliv fotografie věrně zprostředkovává situaci či objekt, který fakticky jen reprezentuje, je poněkud naivní. Realita bez kontextu, pouhý výřez tragického životního plátna, nemůže být ničím jiným, než mediální konstrukcí. Masová média to jinak, ale ze své podstaty neumí. Mediální realita je specifickým produktem, je dílem mistrů iluze.“* (Reflex 7-2005 (cit. 2012-03-01) Dostupné na WWW: <http://potucek.blogspot.com/2005/02> – REFLEX 7, 17. 2. 2005)

Nezřídkou se stává, že dospělý člověk má problémy rozlišit do jaké míry je určitá zpráva pravdou a na kolik jde jen o fantazii autora. A co dítě? Už zde je patrné, že musíme být neustále bdělí a snažit se filtrovat zprávy, které se k našim dětem dostávají. Prostřednictvím vzájemné komunikace, můžeme děti nasměrovat k výběru správného zdroje informací.

„*Mediálně konstruovaný popis vždy do jisté míry navléká oku uniformu a činí z konzumentů analfabety obrazu.*“ (Reflex 7-2005 (cit. 2012-02-27) Dostupné na WWW: <http://potucek.blogspot.com/2005/02> – REFLEX 7, 17. 2. 2005). Nezbytnost zvyšování mediální gramotnosti je problematikou současné společnosti. Velké procento dospělé populace se ke zprávám prostřednictvím internetu vůbec nedostane. Jednak nemá přístup k internetu vůbec a na druhé straně, pokud je mu přístup umožněn, neumí jej ovládat. Existuje spousta kurzů na podporu mediální gramotnosti, ale bohužel nejsou dostupné každému.

Co se týče dětí školního věku, „*jak ukazují výzkumy OECD čeští školáci jsou relativně slušně vzdělaní v matematice nebo přírodních vědách, ale mají velký problém interpretovat předložený text. Nepochybně se na tom podílí i jejich nekritická závislost na stále obrázkovější, tedy snadno čitelné, simulativní povaze světa mainstreamových médií*².“ (Reflex 7-2005 (cit. 2012-02-27) Dostupné na WWW: <http://potucek.blogspot.com/2005/02> – REFLEX 7, 17. 2. 2005)

Děti získávají skrze média zkušenosti, které jsou dalece od těch, které sami prožily, nebo naopak neprožily vůbec. Jejich představy se tak stávají značně zkreslenými.

Výuka mediální gramotnosti by měla pomoci žákům pochopit úlohu médií ve společnosti, nepřijímat každou zprávu jako fakt, ale snažit se ji pokud možno porovnat se svými odžitými zkušenostmi, získat schopnost orientace v široké nabídce médií a jejich využití jako zdroje informací, vzdělávání a vhodné náplně volného času. V neposlední řadě by se žák měl naučit určitému kritickému náhledu a odstupu od médií.

„*Na základě výzkumu RRTV (Rady pro rozhlasové a televizní vysílání) a CEMES (Centrum pro mediální studia) úrovně mediální gramotnosti obyvatelstva do 15 let bylo zjištěno, že respondenti ve věku 12 – 13 let, názory na zpravodajství, reklamu a další mediované obsahy spíše přebírají jako odposlechnuté od rodičů, jsou schopni popsat formální a některé obsahové rozdíly mezi bulvárním a nebulvárním listem, ale relevanci a věrohodnost*

² Mainstreamová média = hlavní a nejpopulárnější styly, komiksy, počítačové hry aj.

novinových zpráv určit nedokáží a jejich zpravodajství příliš pozornosti nevěnují. Vztah k reklamě je okázale a deklaratorně odmítavý. Dovednosti spojené s užíváním počítačů mají zřetelně uživatelský charakter.“ (Stav Mediální Gramotnosti v ČR – fáze II (cit. 2012-02-27) Dostupné z WWW: <[http://www.rrtv.cz/static./prehledy/mediální - gramotnost/vysledky - studie - do 15](http://www.rrtv.cz/static./prehledy/mediální-gramotnost/vysledky-studie-do-15)>., z listopadu 2011

6. PRAKTICKÁ ČÁST

Svým průzkumem bych chtěla poukázat na současnou situaci vztahu dětí a médií. Na to, jak moc je mohou ovlivnit v jejich celkovém vývoji, ale především v rozvoji jazyka (řeči). Zaměřila jsem se na čas, který děti věnují četbě knih a časopisů, poslechu sdělovacích prostředků a na čas strávený u počítačů. Jak moc jsou ovlivňovány reklamními spoty, které nabízí rozhlasové a televizní vysílání, internet, rozhlas hypermarketů, ale i billboardy, které lemují každou významnější trasu. Rovněž jsem sledovala nejčastější oblasti zájmů sledovaných respondentů, jejich schopnost nalézat správné informační zdroje a následně je dobře a vhodně využít, ale především jejich chuť a schopnost komunikovat, tedy zda respondenti dokáží o získaných informacích a nabitých zkušenostech také hovořit, zda jsou schopny určitého dialogu. Výsledným záměrem mého výzkumného projektu, bylo zhodnocení stavu slovní zásoby dětí, které jsou často účastníky živého rozhovoru (z očí do očí) a dětí, které tráví veškerý volný čas u svých počítačů, jejichž prostřednictvím vedou rozhovory na sociálních sítích. Dále bych chtěla jasně poukázat na nízkou úroveň veřejného projevu dětí, jejíž příčinou jsou právě zmiňované komunikační sítě a velmi slabá slovní zásoba. V neposlední řadě výzkumný projekt potvrzuje, že kniha nepatří do náplně volného času sledovaných respondentů.

K dosažení stanoveného cíle jsem použila písemného dotazníku zaměřeného na cílovou skupinu žáků II. stupně základní školy ve věku 12 -13 let. Dotazníky, které byly vyplněny žáky 6. třídy Základní školy na Pěšině jsem prostřednictvím třídního učitele rozdala dětem během své návštěvy na jejich škole a počkala na jejich vyplnění, abych tak měla zaručenou jejich návratnost.

6.1 Dotazník - jeho charakteristika

Otázky v dotazníku jsem rozdělila do pěti oblastí:

- a) styl a schopnost rozhovoru
- b) četba knih a časopisů
- c) poslech sdělovacích prostředků (rádio, televize aj.)

- d) internet
- e) návštěva zájmových kroužků

Vyplnění zvoleného dotazníku trvá maximálně 15 minut a otázky jsou formulovány tak, aby byly pro respondenty srozumitelné a ti tak dokázali bez dlouhého přemýšlení odpovídat a nebyli příliš zatěžováni. Dotazník obsahuje 20 otázek, které jsou určeny dětem ve věku 12 – 13 let. Zkoumaný vzorek zahrnoval žáky 6. třídy ZŠ v počtu 28 respondentů.

Na základě zvolené metody výzkumu, jsem oslovila najednou určitý počet respondentů a nebylo potřeba téměř žádných nákladů, navíc jsem ve velmi krátkém čase získala značné množství informací.

6.2 Předpokládané hypotézy

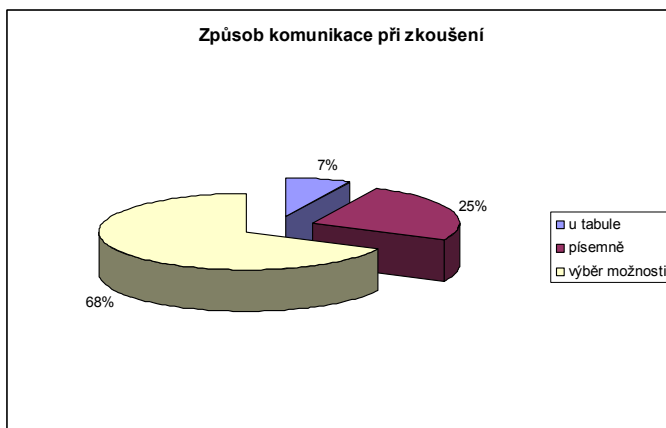
Domnívám se, že zjistím rozdíly ve vyjadřování dětí, které ve svém volném čase preferují četbu a pravidelně navštěvují zájmové kroužky, kde mají možnost přímého rozhovoru, ať už se svými vrstevníky nebo dospělými v pozici vedoucích a dětí, které po skončení vyučování usedají ke svým počítačům a rozhovory vedou prostřednictvím sociálních sítí. Rozdíly budou i v množství informací které děti získávají zprostředkovaně nebo sami přečtou.

6.3 Formulace a vyhodnocení výzkumných otázek

1. Pokud jsem zkoušen(a)

- a) volím zkoušení u tabule
- b) raději odpovídám písemně
- c) volím písemný text, ve kterém zatrhávám správné odpovědi

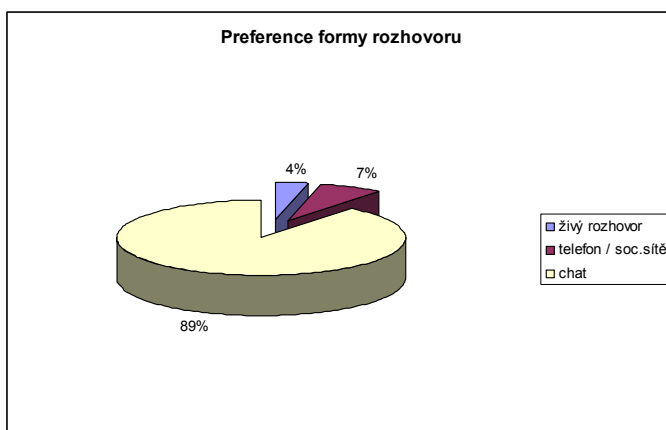
Výsledek:



2. Pokud hovořím, dávám přednost

- a) živému rozhovoru (z očí do očí)
- b) raději volím telefon
- c) raději volím sociální sítě na internetu

Výsledek:



3. Na sociálních sítích (Facebooku) komunikuji

- a) denně
- b) často
- c) prostřednictvím sociálních sítí nekomunikuji

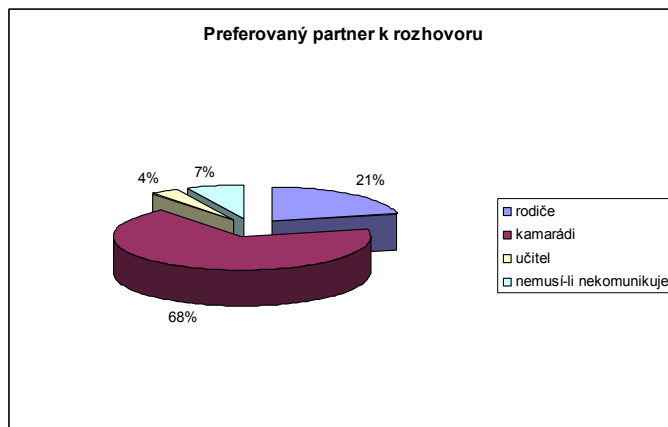
Výsledek:



4. Nejradyji hovořím

- a) s rodiči
- b) s kamarádem nebo kamarádkou
- c) s učitelem
- d) pokud nemusím, nekomunikuji (nemluvím)

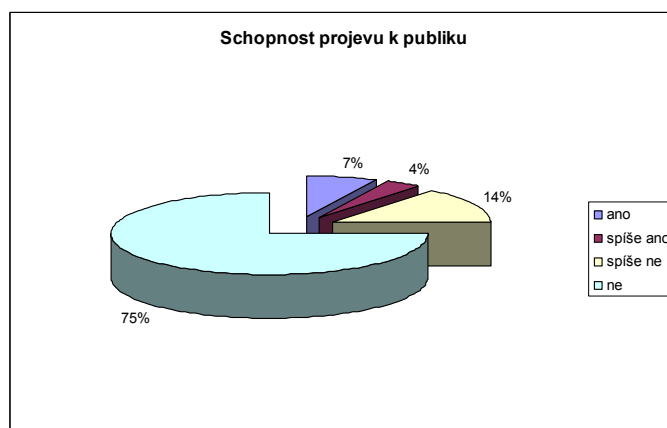
Výsledek:



5. Jsem schopen(a) promluvit k většímu počtu lidí (k publiku)

- a) ano
- b) spíše ano
- c) spíše ne
- d) ne

Výsledek:

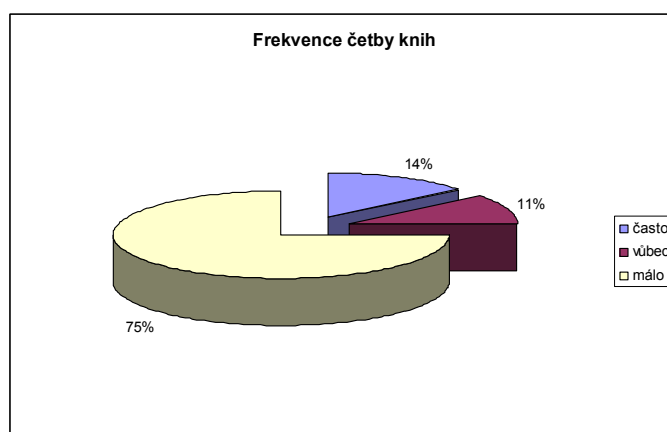


Prvních pět otázek bylo zaměřeno na schopnost komunikace oslovených respondentů. Z výsledků vyplívá, že děti komunikují raději se svými vrstevníky a rozhovoru s dospělým jedincem se brání. Rovněž jim činí problémy vystupovat na veřejnosti před větším počtem posluchačů. K rozhovoru volí v každém případě soukromí a nejmenší potíže jim činí komunikovat s kamarády prostřednictvím sociálních sítí na internetu.

6. V průběhu jednoho měsíce

- a) přečtu jednu knihu
- b) přečtu více než jednu knihu
- c) nepřečtu žádnou knihu

Výsledek:

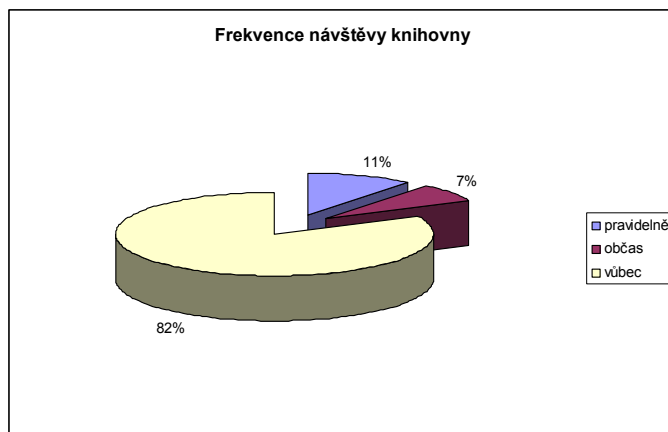


7. Ve svém volném čase navštěvují knihovnu

- a) pravidelně

- b) občas
- c) knihovnu nenavštěvuji

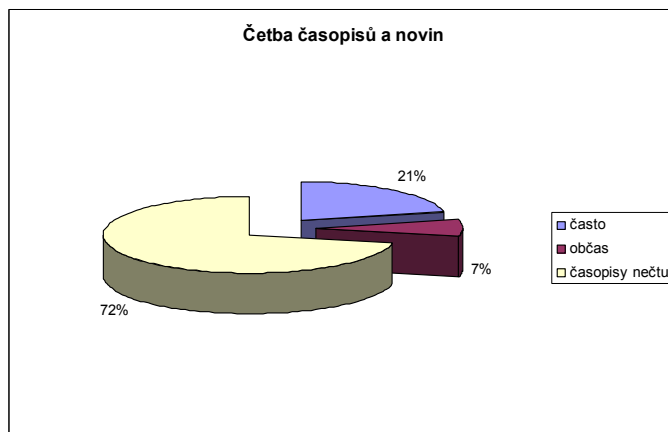
Výsledek:



8. Časopisy nebo noviny čtu

- a) často
- b) občas
- c) časopisy ani noviny nečtu

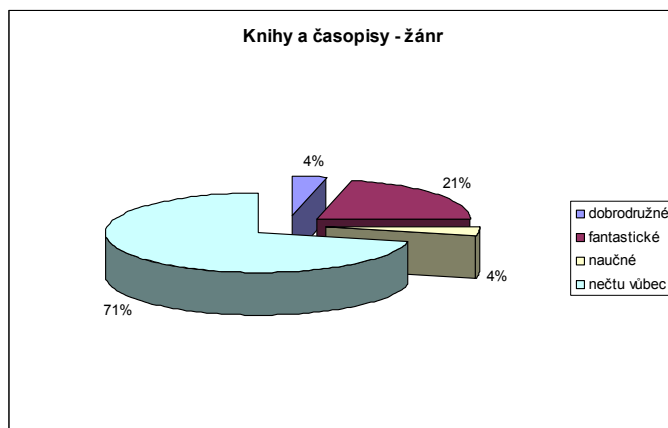
Výsledek:



9. Nejraději čtu knihy nebo časopisy

- a) dobrodružné
- b) fantastické
- c) naučné
- d) knihy a časopisy nečtu

Výsledek:

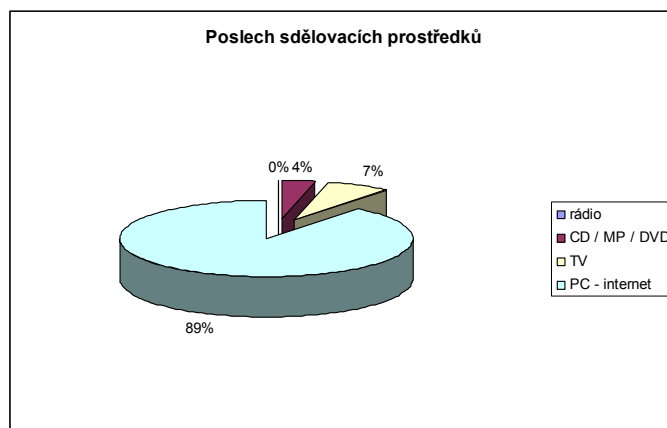


Otázky č. 6 až č. 9 jsou zaměřeny na četbu knih a časopisů nebo jiných periodik. Zároveň zde zkoumáme žánr, který respondenti v četbě upřednostňují. Výsledky odpovědí ukazují, že děti zkoumaného vzorku téměř nečtou, pojem knihovna je pro ně cizí a velmi malé procento čtoucích, dává přednost fantazii před dobrodružstvím a vědou.

10. K poslechu nejčastěji volím

- a) rádio
- b) CD přehrávač, MP 3,4
- c) DVD
- d) televizi
- e) internet

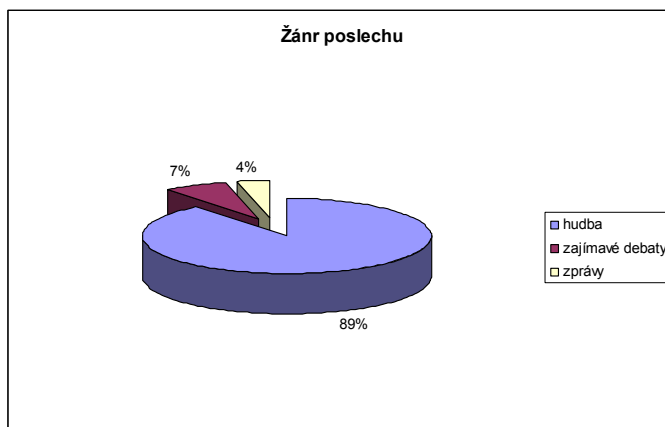
Výsledek:



11. Nejradyji poslouchám

- a) hudbu
- b) zajímavé debaty
- c) zprávy

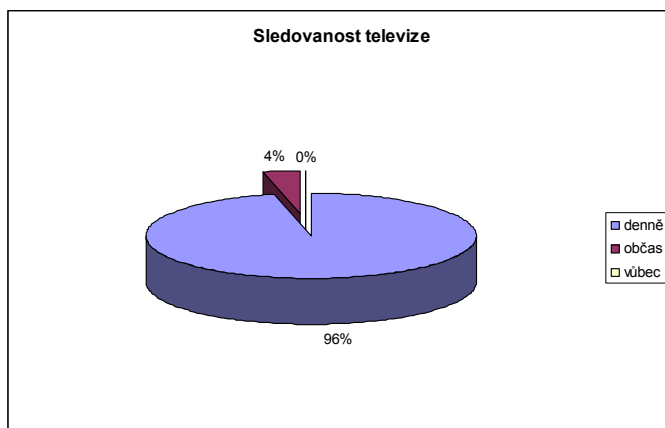
Výsledek:



12. Na televizi se dívám

- a) denně
- b) občas
- c) na televizi se nedívám

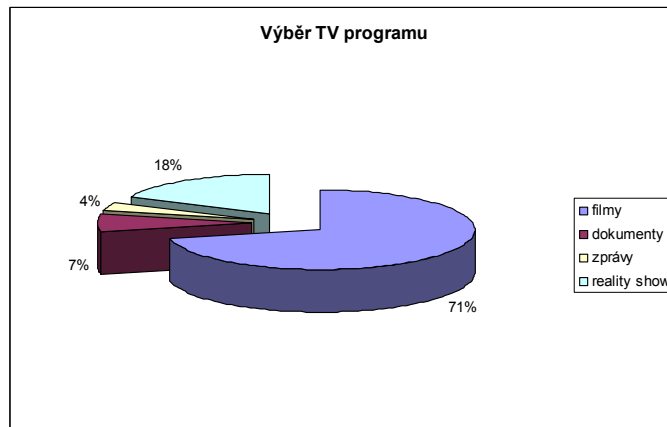
Výsledek:



13. V televizi nejčastěji sleduji

- a) filmy
- b) reality show
- c) dokumenty
- d) zprávy

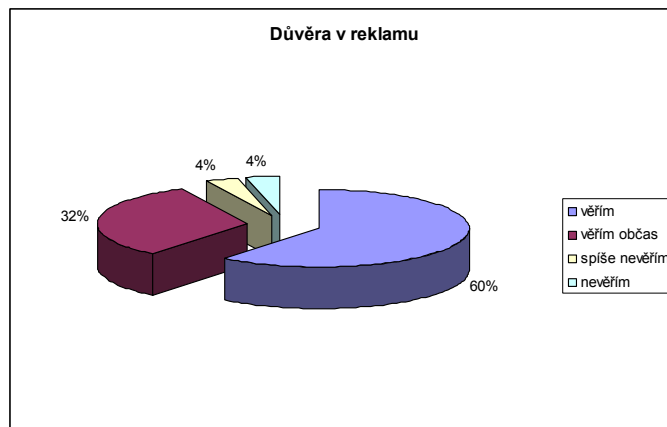
Výsledek:



14. Reklamě z rádií, televizí, billboardů atd.

- a) věřím
- b) věřím občas
- c) spíše nevěřím
- d) nevěřím

Výsledek:

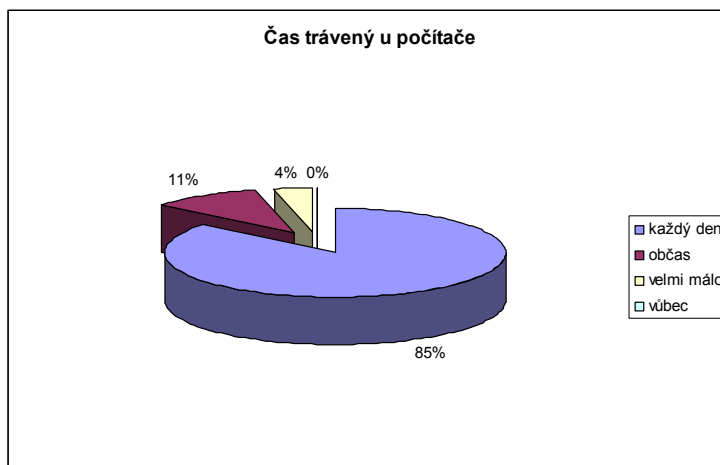


Okruh otázek č. 10 až č. 14 je zaměřen na výběr sdělovacích prostředků, skrze které se k nám informace a zprávy dostávají jejich poslechem, dále na sledovanost televize a výběru nejoblíbenějšího žánru, v případě reklamy, pak míru její přesvědčivosti. Výsledky odpovědí ukazují, že respondenti k poslechu oblíbených žánrů volí téměř jednoznačně internet, velké procento dotázaných sleduje denně televizi a co se týče žánru, pak upřednostňují sledování filmů. Reklama, podle názoru dotazovaných, spíše odpovídá realitě.

15. Svůj volný čas trávím u počítače

- a) každý den
- b) občas
- c) velmi málo
- d) ve svém volném čase se počítači nevěnuji

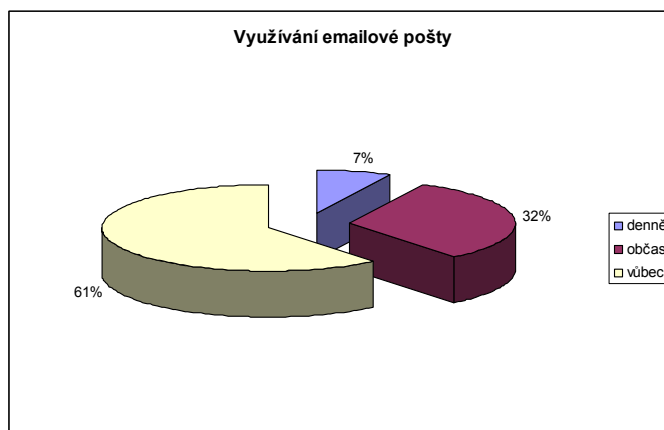
Výsledek:



16. Na internetu užívám Emailovou korespondenci

- a) ano denně
- b) občas
- c) Emailovou poštu neužívám

Výsledek:

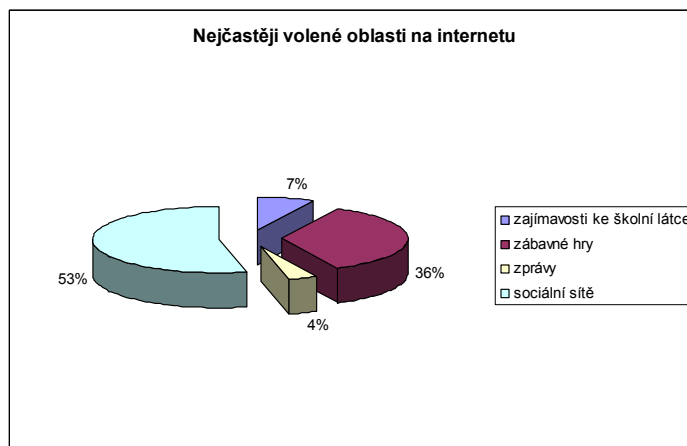


17. Na internetu nejraději vyhledávám

- a) zajímavosti ke školní látce
- b) zábavné hry

- c) zprávy
- d) sociální sítě (Facebook)

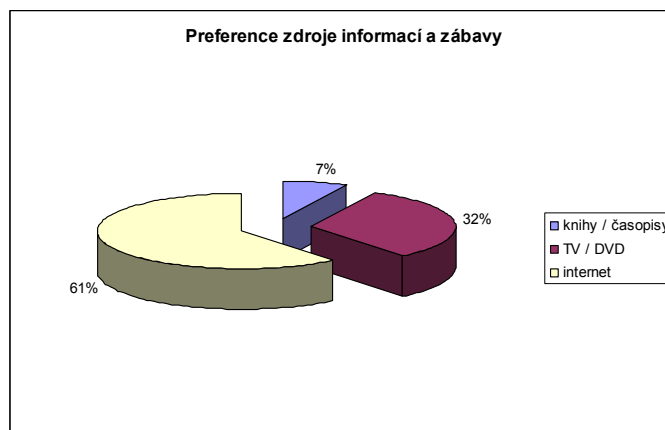
Výsledek:



18. Pokud si mohu vybrat, pak volím

- a) knihu nebo časopis
- b) televizi
- c) internet

Výsledek:

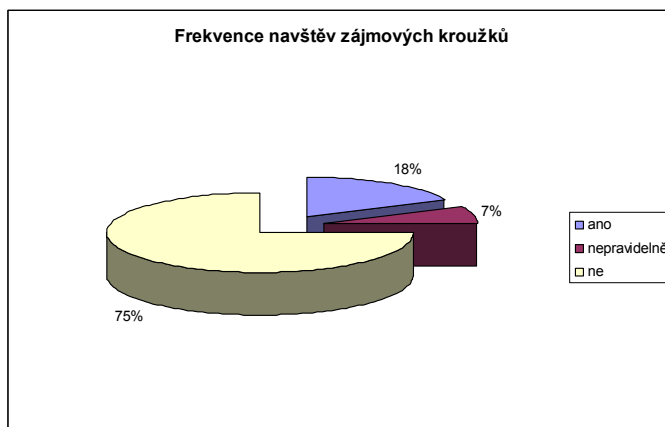


Otázky č. 15 až č. 18 jsou věnovány času trávenému u počítače, tedy internetu. Z opovědí vyplívá, že pokud mají respondenti možnost volby, volí s velkým předstihem internet, který je pro ně hlavním komunikačním prostředkem, značná volba padla rovněž na zábavné hry. Co se týče aktuálních zpráv a zajímavosti ke školní látce, jsou vyhledávány jen v malé míře.

19. Ve svém volném čase navštěvuji zájmový kroužek

- a) ano pravidelně
- b) nepravidelně
- c) zájmový kroužek nenavštěvuji

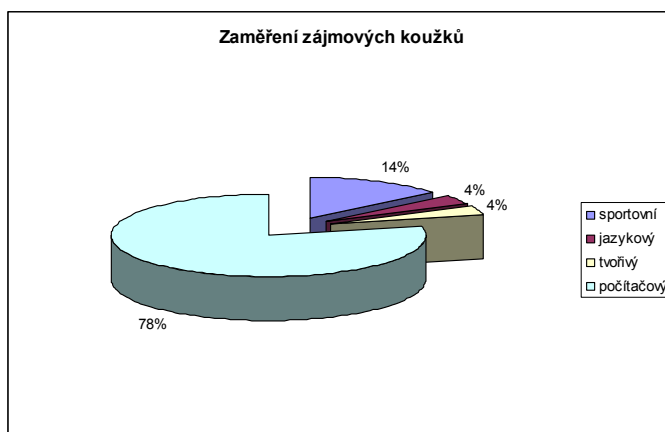
Výsledek:



20. Pokud bych měl(a) volit zájmový kroužek, volím

- a) kroužek sportovní
- b) kroužek počítačový
- c) kroužek tvořivý
- d) kroužek jazykový

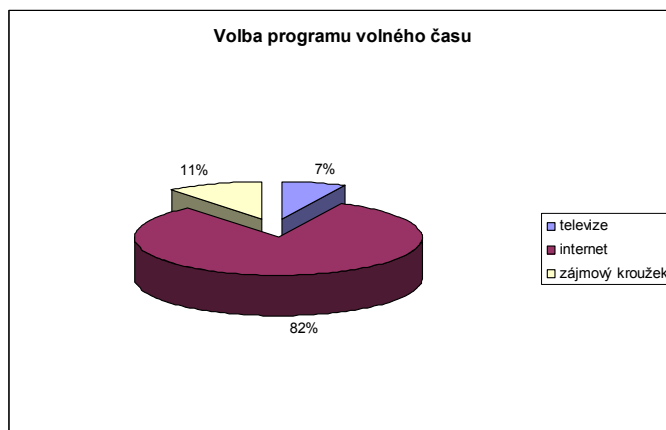
Výsledek:



21. Pokud si mohu zvolit, volím

- a) televizi
- b) internet
- c) zájmový kroužek

Výsledek:



Poslední okruh otázek č. 19 až č. 21 na téma zájmových kroužků a jejich návštěvnosti bylo zvoleno záměrně, i když to vypadá, že s médii a komunikací mají pramálo společného. Snahou bylo zjistit, zda respondenti mají možnost setkání také mimo školu a tím pádem další možnost komunikace prostřednictvím přímého rozhovoru. Odpovědi jasně naznačují, že sledovaní respondenti, zájmové kroužky navštěvují jen sporadicky a v případě volby, nejčastěji volí kroužek počítačový. Otázkou č. 20 jsme se snažili vyloučit možný fakt, že naši respondenti by zájmový kroužek navštěvovat chtěli, ale s určitých důvodů jej navštěvovat nemohou. Můžeme tady bez obav konstatovat, že zájem sledované skupiny respondentů, věnovat své volnočasové aktivity právě návštěvě kroužků je zanedbatelný.

6.4 Závěr průzkumu

Vyhodnocením otázek v dotazníku jsem zjistila, že na základě vybraného vzorku respondentů, děti ve věku 12 – 13 let mají problémy s vyjadřováním, z čehož plyne skutečnost, že se bojí hovořit na veřejnosti a z rozhovoru s dospělým jedincem mají strach. Důvodem je slabá slovní zásoba spisovného jazyka a velmi častá komunikace na sociálních sítích prostřednictvím chatu, dávají tedy přednost písemnému projevu před mluveným slovem. Rovněž můžeme potvrdit, že naši respondenti vyhledávají potřebné informace a zajímavosti na internetu, jen velmi zřídka volí knihu.

Mluvené slovo v přímém rozhovoru používají čím dál tím méně. Lze tedy konstatovat, že naše hypotéza byla správná.

6.5 Cesta k nápravě

- Rozšiřování slovní zásoby četbou kvalitní literatury
- Pravidelné rozhovory dětí a rodičů
- Dohled rodičů na program volnočasových aktivit
- Snaha zařadit do volného času dítěte setkání s přáteli mimo dosah internetu
- Jako rodiče bychom se měli snažit být co možná nejčastěji součástí programu našich dětí v průběhu jejich volného času
- V průběhu vyučování klást větší důraz na mluvené slovo
- Dávat přednost zkoušení u tabule

7. ZÁVĚR

Z dob dávno minulých je patrné, že média tu v určité podobě byla, jsou a podle všeho i nadále budou. Už dříve byli jimi lidé a jejich děti ovlivňováni a tak je tomu dodnes, s tím rozdílem, že vliv médií na současnou společnost přidal značně na své síle. Souvisí to především s velkým rozvojem techniky, skrze kterou k nám média promlouvají a s jejich pronikáním do nejširších vrstev společnosti, což znamená, že pole jejich působnosti je téměř neohrazené. Dnešní doba už není jen o knížkách a tištěných periodikách, ale především o internetu, který si tolik oblíbily naše děti a kterému věnují stále větší a větší pozornost.

Dotazováním sledované skupiny respondentů bylo zjištěno, že čtení knih ustupuje do pozadí a mezi sledovanými je jen velmi málo opravdových čtenářů, kteří dávají přednost dobré a kvalitní literatuře. Naopak zájem 12 -13 dětí o internet je obrovský, stejně jako jejich zvědavost a snaha získávat stále nové informace, v čemž jim je právě internet nepostradatelným a neodmyslitelným pomocníkem. Dotazovaní používají internet nejenom jako zdroj informací, ale také jako komunikační nástroj. Internetové sociální sítě jsou stále častěji prostředníkem jejich mluvené či písemné komunikace. V momentě, kdy mají možnost volby, jednoznačně dávají přednost písemnému projevu. Není tedy divu, že mají problémy s vyjadřováním a vlastnímu slovnímu projevu se brání. Nezbývá než konstatovat, že na základě sledování vybraného vzorku respondentů, mohu potvrdit, že žáci VI. ročníku ZŠ jsou dětmi, které bez stisknutí pomyslného knoflíku (otevřením internetu), jsou jen velmi obtížně nebo nejsou schopny vést rozhovor a běžně komunikovat.

Získaná fakta by nás dojistě měla vést k zamyšlení. Není možné zjištěná negativa dál svádět na dobu a smířovat se s tím, že naše děti jsou prostě takové, komunikující jen skrze techniku, kdy se prostřednictvím sociálních sítí účastní dlouhých rozhovorů a diskuzí, ale bez nás. Tím pádem nejsme znalí témat a stylů rozhovorů našich ratolestí. Nejsme tedy schopni zasahovat, hodnotit a ani retušovat.

Pravdou zůstává, že rychlost s jakou se děti dostávají k potřebným a nutno dodat, že také cenným informacím (prozatím si to neuvědomují) je posouvá vpřed. Internet jim otvírá nekonečné obzory a ony jsou schopny získávat okamžité odpovědi na svoje všetečné dotazy.

Internet může být i dobrým „průvodcem“ na cestě za vzděláním. Příkladem může být široká nabídka kvalitních programů výuky cizích jazyků (např. Word Manager – kompletní výukový program).

Neméně důležité jsou rozšiřující informace k učební látce, které zde děti rovněž nalézají.

Avšak právě možnost přístupu k různorodým informacím může z jednoho úhlu pohledu velmi pomoci, z druhého úhlu pohledu velmi uškodit. Prostřednictvím internetu děti často navštěvují oblasti, které by pro ně měly zůstat, alespoň prozatím, neznámými a nezaměstnávat jejich mysli. Právě zde bychom měli být obezřetnými a vést v patrnosti jejich vyhledávané cíle. Mimo potřebných informací jsou to také nové kontakty a noví přátelé, které děti na internetu vyhledávají. A možná je to právě nový kamarád nebo hrdina počítačové hry, který je důvodem nepochopitelné změny chování a vyjadřování našeho dosud „zlatého“ dítěte. Abychom se o našich dětech dozvěděli co nejvíce, je potřeba se jich ptát. Jen vzájemnou komunikací budeme schopni jít po stejné cestě, jako kráčí naše děti a dávat tak pozor, aby se neztratily.

Tato práce by měla přimět především rodiče, aby si ve svém denním programu našli nezbytný čas k rozhovoru se svými dětmi. Aby vzájemně zhodnotili uplynulé dny a dokázali si říct, co se nepovedlo nebo naopak co dopadlo na výbornou. Je potřeba dát najevo zájem a pochopení. Jen tak získáme důvěru našich dětí, aby se nám dokázaly otevřít a my byli schopni pochopit, jak se baví, jaká témata je zajímají a zda o tom také dokážou hovořit. Výsledky této práce přímo nabádají všechny, kteří s dětmi pracují a tráví určitý čas, aby vždy, pokud je to možné, dali dětem možnost své vlastní slovní prezentace, aby vše co dělají, zároveň také slovně zhodnotily.

V neposlední řadě jsou výsledky této práce jakýmsi vykřičníkem - pozor děti zapomínají na knihy a nečtou, ale právě četbou kvalitní literatury si děti doplňují a rozšiřují svoji slovní zásobu bez toho, abychom se museli obávat,

zda slova, která čtou, jsou správná a spisovná. **Je tedy nezbytné apelovat především na rodiče, aby dokázali odvést pozornost dětí od počítače a nahradit jej knihou a pokusit se, aby se četba knih stala součástí jejich denního programu.**

Sledování vybrané skupiny respondentů dále potvrdilo, že stav komunikačních schopností dětí mezi 12 a 13 rokem je špatný a volající po nápravě. Co se týče jejich vztahu k médiím, můžeme hovořit o internetové závislosti.

K získání dalších informací a faktů k dané problematice bych určitě dál sledovala a dotazovala děti stejné věkové kategorie, avšak zvolila bych jiný typ školy a to víceleté gymnázium. Bylo by zajímavé zhodnotit, zda také jinak zaměřená školní výuka a školní prostředí může mít vliv na rozvoj komunikačních schopností dětí sledované věkové kategorie.

8. Seznam použité české literatury a pramenů

- JIRÁK, J., NEKVAPIL, J., ŠOLTYS, O. a hosté. *Jazyk ve společenském kontextu - Základy jazykovědy pro studenty sociálních věd*. 2. doplněné vyd. Praha: Univerzita Karlova, Vydavatelství Karolinum, 1996.
ISBN 80-7184-210-9
- SKUTIL, M. a kol. *Základy pedagogicko-psychologického výzkumu pro studenty učitelství*. 1. vyd. Praha: Portál, s.r.o., 2011. ISBN 978-80-7367-778-7
- SKÁCEL, J. *Jazyk a společnost*. 1. Vyd. Ostrava: Profil, 1977.
ISBN (OC 508/21/82.6)
- BUDIL, I. T. *Od prvotního jazyka k rase*. 1. vyd. Praha: Academia, 2002.
ISBN 80-200-0987-6
- ŽANTOVSKÁ, I. *Jazyková komunikace v dějinách lidstva*. 2. vyd. Praha: Univerzita Jana Amose Komenského, 2008. ISBN 978-80-86723-55-6
- LEICHTOVÁ, M. *Média a rozvoj - pracovní listy*. Plzeň: Západočeská univerzita v Plzni, 2011. ISBN 978-80-261-0021-8
- THOMPSON, J. B. *Média a modernita - sociální teorie médií*. 1. české vyd. Praha: Univerzita Karlova, Vydavatelství Karolinum, 2004.
ISBN 80-246-0652-6
- JIRÁK, J., KÖPPLOVÁ, B. *Média a společnost – Stručný úvod do studia médií a mediální komunikace*. 1. vyd. Praha: Portál, s.r.o., 2003.
ISBN 80-7178-697-7
- PAVLÍČÍKOVÁ, H., ŠEBEŠ, M., ŠIMŮNEK, M. (eds.). *Mediální pedagogika - Média a komunikace v teorii a učitelské praxi*. 1. vyd. České Budějovice: Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích, 2009. ISBN 978-80-7394-1
- KING, L. *Nebojte se mluvit*. 1. vyd. Praha: Ivo Železný, nakladatelství a vydavatelství, spol. s.r.o., 1996. ISBN 80-237-2411-8
- CHRÁSKA, M. *Metody pedagogického výzkumu*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, a.s., 2007. ISBN 978-80-247-1369-4
- ZICH, F. *Sociální potenciál - důvěra a odpovědnost*. Ústí nad Labem: Univerzita Jana Evangelisty Purkyně v Ústí nad Labem, 2010.
ISBN 978-80-7414-315-1

Celé Česko čte dětem: Větrný Jeníkov (cit.2012-02-25). Dostupné z WWW:<<http://www.celeceskocotedetem.cz>>.

Wikipedie-Internet-Sociální síť (cit. 2012-02-28) Dostupné z WWW: <<http://cz.wikipedia.org/wiki/Internet>>.

4. základní škola v Kolíně - Gramotnosti na naší škole - Mediální gramotnost (cit. 2012-02-27). Dostupné z WWW: <<http://4zskolin.cz/zakladni-skola/rozvoj-gramotnosti.aspx>> Rozvoj gramotnosti

Články Jana Potůčka. Chybí nám mediální gramotnost - Reflex 7-2005 (cit. 2012-03-01) Dostupné z WWW: < <http://potucek.blogspot.com/> .

Stav Mediální Gramotnosti v ČR – fáze II (cit. 2012-02-27) Dostupné z WWW: <[http://www.rrtv.cz/static./prehledy/mediální - gramotnost/vysledky - studie - do 15](http://www.rrtv.cz/static./prehledy/mediální%20-%20gramotnost/vysledky%20-%20studie%20-%20do%2015)>., z listopadu 2011

9. Seznam použité zahraniční literatury a pramenů

KRUPA, V. *Jazyk - neznámy nástroj*. 1. vyd. Bratislava: Slovenský spisovateľ, 1991. ISBN 80-220-0153-8

SEZNAM PŘÍLOH

PŘÍLOHA A – DOTAZNÍKCHYBA! ZÁLOŽKA NENÍ DEFINOVÁNA.

DOTAZNÍK

Odpověď zakroužkujte

1. **Pokud jsem zkoušen(a)**
 - a) volím zkoušení u tabule
 - b) raději odpovídám písemně
 - c) volím písemný text, ve kterém zatrhávám správné odpovědi

2. **Pokud hovořím, dávám přednost**
 - a) živému rozhovoru (z očí do očí)
 - b) raději volím telefon
 - c) raději volím sociální sítě na internetu

3. **Na sociálních sítích (Facebooku) komunikuji**
 - a) denně
 - b) často
 - c) prostřednictvím sociálních sítí nekomunikuji

4. **Nejraději hovořím**
 - a) s rodiči
 - b) s kamarádem nebo kamarádkou
 - c) s učitelem
 - d) pokud nemusím, nekomunikuji (nemluvím)

5. **Jsem schopen(a) promluvit k většímu počtu lidí (k publiku)**
 - a) ano
 - b) spíše ano
 - c) spíše ne
 - d) ne

6. **V průběhu jednoho měsíce přečtu**
 - a) jednu knihu
 - b) více než jednu knihu
 - c) nepřečtu žádnou knihu

7. **Ve svém volném čase navštěvuji knihovnu**
 - a) pravidelně
 - b) občas
 - c) knihovnu nenavštěvuji

8. **Časopisy nebo noviny čtu**
- a) často
 - b) občas
 - c) časopisy ani noviny nečtu
9. **Nejraději čtu knihy nebo časopisy**
- a) dobrodružné
 - b) fantastické
 - c) naučné
 - d) knihy a časopisy nečtu
10. **K poslechu nejčastěji volím**
- a) rádio
 - b) CD přehrávač, MP 3, 4
 - c) DVD
 - d) televizi
 - e) PC - internet
11. **Nejraději poslouchám**
- a) hudbu
 - b) zajímavé debaty
 - c) zprávy
12. **Na televizi se dívám**
- a) denně
 - b) občas
 - c) na televizi se nedívám
13. **V televizi nejčastěji sleduji**
- a) filmy
 - b) reality show
 - c) dokumenty
 - d) zprávy
14. **Reklamě z rádií, televize, billboardů atd.**
- a) věřím
 - b) věřím občas
 - c) spíše nevěřím
 - d) nevěřím

15. **Svůj volný čas trávím u počítače**
- a) každý den
 - b) občas
 - c) velmi málo
 - d) ve svém volném čase se počítači nevěnuji
16. **Na internetu využívám Emailovou korespondenci**
- a) ano denně
 - b) občas
 - c) Emailovou korespondenci nevyžívám
17. **Na internetu nejraději vyhledávám**
- a) zajímavosti ke školní látce
 - b) zábavné hry
 - c) zprávy
 - d) sociální sítě (Facebook)
18. **Pokud si mohu vybrat, pak si zvolím**
- a) knihu nebo časopis
 - b) televizi
 - c) internet
19. **Ve svém volném čase navštěvuji zájmový kroužek**
- a) ano pravidelně
 - b) nepravidelně
 - c) zájmový kroužek nenavštěvuji
20. **Pokud bych měl(a) volit zájmový kroužek, pak si zvolím**
- a) kroužek sportovní
 - b) kroužek počítačový
 - c) kroužek tvořivý
 - d) kroužek jazykový
21. **Pokud si mohu zvolit, volím**
- a) televizi
 - b) internet
 - c) zájmový kroužek

BIBLIOGRAFICKÉ ÚDAJE

Jméno autora: Růžena Markovská

Obor: SPPG - vychovatelství

Forma studia: kombinovaná

**Název práce: Vliv médií na celkový rozvoj dítěte se zaměřením na rozvoj
řeči**

Rok: 2012

Počet stran textu bez příloh: 41

Celkový počet stran příloh: 3

Počet titulů české literatury a pramenů: 12

Počet titulů zahraniční literatury a pramenů: 1

Počet internetových zdrojů: 4

Vedoucí práce: Mgr. Hana Fleischmannová