

Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích
Pedagogická fakulta
Katedra pedagogiky a psychologie



Diplomová práce

**MEDIÁLNÍ VÝCHOVA JAKO PROSTŘEDEK
POZITIVNÍHO VLIVU PŮSOBNÍ MÉDIÍ NA MLÁDEŽ**

**MEDIAL EDUCATION AS AN INSTRUMENT OF POSITIVE
INFLUENCE OF MEDIA ON YOUNG PEOPLE**

Vedoucí práce: prof. PaedDr. Gabriel Švejda, CSc.

Autor práce: Lucie Jandová

Studijní obor: Učitelství pro 1. stupeň ZŠ

Prohlášení:

Prohlašuji, že svoji diplomovou práci jsem vypracovala samostatně pouze s použitím pramenů a literatury uvedených v seznamu citované literatury.

Prohlašuji, že v souladu s § 47b zákona č. 111/1998 Sb. v platném znění souhlasím se zveřejněním své diplomové práce, a to v nezkrácené podobě, elektronickou cestou ve veřejně přístupné části databáze STAG provozované Jihočeskou univerzitou v Českých Budějovicích na jejích internetových stránkách.

V Českých Budějovicích dne 27. dubna 2007

.....
Lucie Jandová

Poděkování:

Děkuji prof. PaedDr. Gabrielu Švejdovi, CSc. za metodické vedení a pomoc při zpracování diplomové práce.

Děkuji též učitelkám základních škol, které mi umožnily provést výzkumné šetření v jejich třídách a samozřejmě také žákům, kteří se na něm podíleli. Mé poslední poděkování patří mým rodičům a příteli, kteří mi byli velkou oporou.

ANOTACE

Diplomová práce se zabývá působením médií na děti a mládež. Prostřednictvím mediální výchovy se snaží docílit toho, aby měla média pozitivní vliv především na tuto cílovou skupinu. Tato práce je rozdělena na teoretickou a praktickou část.

Teoretická část obsahuje tři významné kapitoly. V první řadě popisuje problematiku masových médií a masové komunikace. Věnuje se například vymezení jejich významu, funkce, historie a některým procesům vztahujícím se k naší společnosti. Druhá kapitola se zabývá negativními i pozitivními vlivy médií na děti a mládež. Závěr teoretické části tvoří kapitola, která pojednává o důležitosti mediální výchovy na školách a v rodině a přináší konkrétní návrhy a metody její realizace.

Praktická část se zabývá výzkumným šetřením provedeným v 5. třídách základních škol. Jeho cílem bylo zjistit představu o vztahu dětí k médiím a o vlivu, který na ně působí. Výzkumné šetření bylo zpracováno do tabulek, znázorněno do grafů a poté vyhodnoceno.

ANNOTATION

The thesis deals with the topic of the influence of media on children and the youth. It tries to achieve positive influence on this target group through media education. The paper is divided into a theoretical and practical part.

The theoretical part consists of three important chapters. The first one describes the problems concerning mass-media and mass-communication. Definitions of media functions, their history and some processes relating to our society are mentioned there. The second chapter deals with negative and positive influence of media on children and the youth. The end of this theoretical part is created by a chapter which deals with the importance of media education at school and in the family. It bears specific suggestions and methods of their implementation.

The practical part contains research results. This research was carried out in the fifth's classes at primary schools. The main aim of this research was to find out more details about our children's relationship to media and their influence on them. The results were compiled into tables and graphs and then they were evaluated.

OBSAH

OBSAH.....	6
ÚVOD.....	8
I. TEORETICKÁ ČÁST.....	10
1 ÚVOD DO PROBLEMATIKY MÉDIÍ.....	10
1.1 Význam slova médium.....	10
1.2 Společenské funkce médií.....	11
1.3 Druhy médií.....	13
1.4 Historie médií.....	14
1.4.1 Tisk.....	15
1.4.2 Film.....	17
1.4.3 Rozhlas.....	20
1.4.4 Televize.....	23
1.4.5 Internet.....	25
1.4.6 Nová média.....	27
1.5 Masová média.....	28
1.6 Bulvarizace médií.....	29
1.7 Digitalizace médií.....	30
1.8 Komeracionalizace médií.....	31
1.8.1 Důsledky komercializace.....	32
1.9 Masová komunikace.....	33
1.9.1 Vznik masové komunikace.....	34
1.9.2 Specifika masového sdělení ve vztahu k mládeži.....	35
1.9.3 Studium mediální komunikace.....	36
2 VLIV MÉDIÍ NA DĚTI A MLÁDEŽ.....	37
2.1 Účinky médií.....	37
2.1.1 Obecný vliv médií.....	38
2.1.2 Vliv mediálního obsahu.....	39
2.2 Základní typy působení médií na děti a mládež.....	40
2.3 Regulace a autoregulace médií.....	41
2.4 Vliv televize jako nejmočnějšího média.....	42
2.5 Vliv televize na děti z hlediska věkové přiměřenosti.....	42
2.6 Vliv násilí v médiích na vývoj dětí.....	43
2.6.1 Násilné chování je naučené.....	44
2.6.2 Ochuzení rozumového vývoje.....	44
2.6.3 Ohrožení sociálního vývoje.....	44
2.6.4 Televizní násilí pro nejmenší.....	45

2.7	Vliv počítačových her	45
2.8	Soap opera – falešná realita	47
2.9	Identifikace s kladným hrdinou	49
2.10	Pozitivní vliv médií.....	50
3	MEDIÁLNÍ VÝCHOVA.....	51
3.1	Mediální gramotnost	52
3.2	Vývoj mediální výchovy.....	54
3.3	Současný stav mediální výchovy na školách.....	55
3.3.1	Mediální výchova a Rámcový vzdělávací program.....	56
3.4	Půdorys mediální výchovy.....	58
3.5	Metodika a náplň mediální výchovy.....	59
3.6	Metody mediální výchovy	61
3.7	Role učitele v mediální výchově.....	63
3.7.1	Ukázka vyučovací hodiny.....	65
3.8	Mediální výchova v rodině	68
3.9	Aktuální pořady s pozitivním vlivem na děti a mládež	71
II. PRAKTICKÁ ČÁST		77
1.	VÝZKUMNÉ ŠETŘENÍ	77
1.1	Cíl výzkumného šetření	77
1.2	Realizace výzkumného šetření.....	77
1.3	Forma výzkumného šetření.....	78
1.4	Vyhodnocení výzkumného šetření.....	79
1.5	Shrnutí výzkumného šetření	159
ZÁVĚR		161
SEZNAM LITERATURY		163
PŘÍLOHY		165

ÚVOD

V dnešní době hrají média velmi významnou roli. Podílí se na myšlení a výchově celé společnosti a zasahují do života každého z nás. Každý jedinec je jimi ovlivněn bez ohledu na věk. Je pochopitelné, že jak člověk stárne, mění se jeho pohled na informace získávané z různých druhů médií. V dětském věku je toto ovlivňování nejvýznamnější. Dítě si teprve vytváří obraz o životě kolem sebe a snáze se nechá „zlákat“ všude přítomnými médii než dospělý jedinec.

Produkce, kterou masová média nabízejí, je do jisté míry pro děti nesrozumitelná a děti si neuvědomují, jak negativně na ně mohou nesprávné a nevhodné mediální obsahy působit. Proto je stále více zapotřebí zvláštní příprava, která by děti naučila správně využívat média ke svému prospěchu a naučila je bránit se škodlivým vlivům – mediální výchova. Tím se také zabývá má diplomová práce. Vybrala jsem si toto téma, abych se lépe seznámila s mediální problematikou a mohla alespoň částečně napomoci s jejím řešením. Práci jsem rozdělila na část teoretickou a praktickou.

Teoretickou část jsem rozčlenila na tři kapitoly. První z nich obsahuje problematiku masových médií a masové komunikace. Zahrnuje mimo jiné vymezení jejich významu, společenských funkcí, historie a některých procesů vztahujících se k naší společnosti, jako je například komercializace či digitalizace. Druhá kapitola se zabývá působením médií na děti a mládež. Jsou zde popsány některé negativní, ale i pozitivní vlivy, které na tuto skupinu působí. Pozornost je věnována především vlivu televize, počítačových her a vlivu mediálního násilí. Teoretickou část uzavírá kapitola, která se věnuje mediální výchově. Zabývám se zde vymezením mediální gramotnosti, vývojem

mediální výchovy a jejím současném stavu na našich školách. Dále je popsána náplň mediální výchovy a konkrétní metody její realizace ve škole i v rodině.

Praktická část mé diplomové práce se zabývá výzkumným šetřením, které bylo provedeno v pátých třídách základních škol v Českých Budějovicích. Zúčastnilo se celkem 170 respondentů. Cílem výzkumného šetření bylo získat představu o vztahu dětí k médiím a o vlivu, který na ně působí. Výsledky výzkumného šetření byly zaneseny do tabulek, graficky znázorněny a poté vyhodnoceny.

I. TEORETICKÁ ČÁST

1 ÚVOD DO PROBLEMATIKY MÉDIÍ

1.1 Význam slova médium

Otevřená internetová encyklopedie Wikipedie (2007) cituje několik významů slova médium: Podle Slovníku spisovného jazyka českého je médium zprostředkující osoba, prostředí, činitel, ale též prostředí, výplň prostoru nebo látka, ve které je předmět uložen. Malá československá encyklopedie k významům připojuje zvláštní kategorii, kterou tvoří prostředky masové informace (masová média). Slovník propagace uvádí média jako prostředek komunikace, sdělovací prostředek, nejčastěji technické zařízení umožňující komunikaci mezi komunikátorem a recipientem. Dále jsou to především hromadné sdělovací prostředky, nositelé propagace. V propagaci hrají důležitou roli i jiná média než masová, například veletrhy, výstavy, výkladní skříně, obaly, ale i přednášky a exkurze. Malý slovník propagace rozlišuje média public relations a média propagační. Mezi média public relations zařazuje sdělovací prostředky a další prostředky komunikace, které zprostředkovávají kontakt mezi subjektem public relations. Podobně jako v propagaci patří k nejdůležitějším médiím především tisk, rozhlas a televize.

Jiráček, Köpplová (2003, strana 16) uvádí, že „slovo médium vychází z latiny a znamená prostředek, prostředníka, zprostředkující činitel – tedy to, co něco zprostředkovává, zajišťuje. S výrazem či pojmem médium se tak můžeme setkat ve fyzice, chemii, biologii, výpočetní technice i teorii sociální komunikace. A právě obory, které se věnují různým projevům mezilidské, sociální komunikace, označují pojmem *médium* / *média* to, co zprostředkovává někomu nějaké sdělení, tedy médium komunikační.“

1.2 Společenské funkce médií

Podle Lasswella (1948) jsou hlavními funkcemi komunikace ve společnosti neustálé pozorování prostředí (informování), vytváření vzájemných vztahů mezi jednotlivými částmi společnosti v souladu s prostředím (korelace) a transfer kulturního dědictví (kontinuita). Wright (1960) se snaží popsat množství účinků, jež média mají, toto základní schéma dále rozvinul. Jako čtvrtou klíčovou funkci přidal „zábavu“. Zábavu lze chápat jako součást přenášené kultury, avšak má i jiný záměr – poskytuje osobní uspokojení, oddech a uvolnění napětí, díky nimž se lidé snáze vyrovnávají s problémy skutečného života. Společnost tak předchází hrozbě zhroucení. Přidáme-li funkci pátou – získávání (mobilizaci), která představuje rozsáhlé využití masové komunikace pro účely politické a komerční propagandy, můžeme předložit následující výčet základních představ o úkolech (tedy funkcích) médií ve společnosti:

Informování

- poskytování informací o událostech a podmínkách ve společnosti a ve světě,
- naznačování mocenských vztahů,
- podpora inovací a pokroku, usnadňování adaptace.

Korelace

- vysvětlování, vykládání a komentování významů událostí a informací, poskytování podpory ustaveným autoritám a normám,
- socializace,
- koordinace izolovaných činností,
- vytváření konsenzu,
- nastolování posloupnosti priorit a signalizace relativního statusu.

Kontinuita

- přenášení dominující kultury a objevování subkultur a nových trendů a v kulturním vývoji,
- prosazování a udržování všeobecné přijatelnosti hodnot.

Zábava

- zdroj pobavení, obveselení a rozptýlení, prostředek uvolnění,
- oslabování sociálního napětí.

Získávání

- agitování pro společenské cíle ve sféře politiky, války, ekonomického vývoje, práce a někdy i náboženství.

Uvedené funkce nelze seřadit do obecně platné posloupnosti a nelze se ani nijak vyjádřit k tomu, jak často se funkce vyskytuje. Vztah mezi funkcí a konkrétním obsahem není jednoznačný, protože jednotlivé funkce se navzájem překrývají a shodný obsah může sloužit několika různým funkcím. Je třeba přeformulovat úvahy o potřebách společnosti a o funkcích, jež média plní. (McQuail, 1999)

Otto Čmolík (1979) vymezuje tyto základní funkce prostředků masového sdělení:

- funkce ideově politická,
- funkce informativní,
- funkce vzdělávací,
- funkce esteticko-výchovná,
- funkce iniciativní,
- funkce zábavně oddychová (rekreační),
- funkce regulativní (řídící).

1.3 Druhy médií

Masová média všeobecně zahrnují tisk, film, rozhlas a televizi. Mezi sporné otázky patří zařazení reklamních agentur, divadel a organizací gramofonového a videoprůmyslu. V literatuře se můžeme setkat s různými členěními médií. Nejjednodušší jsou tyto dvě varianty:

Horká a chladná

- Horká média intenzivněji působí na emoce člověka a obvykle na více jeho smyslů. Spolupůsobí nejenom mluvené slovo a obraz, ale i zvuky a hudba. Mezi horkými médii jsou uváděny: televize, rozhlas, kino, telefon, aj.
- Chladná média přinášejí více informací, jsou zpravidla uchovatelná a rytmus přijímání informací si volí recipient sám. Mezi chladná média patří: noviny a časopisy, billboardy, dopravní prostředky, výkladní skříně, obaly, prospekty, dárkové propagační předměty aj.

Elektronická a klasická

- Mezi elektronická média patří: televize, rozhlas, video, počítač, Internet
- Ostatní jsou klasická

Česká média můžeme také klasifikovat podle různých specifikací:

- podle technologie (tisk, rozhlas, televize, nová média)
- podle obsahu (seriozní tisk, bulvární tisk, politická orientace, depolitizace, komercializace)

- podle majitele či provozovatele (soukromá média, veřejnoprávní média, státní média)
- podle dosahu (regionální a nadregionální)

Jan Jirák (2003) vymezuje dělení komunikačních prostředků takto:

primární komunikační média

- kódy (soustavy znaků a pravidel), které se používají při komunikaci. Jde o prostředkovatele sdělení mezi účastníky komunikace.

sekundární komunikační média

- prostředky, jimiž se lidé snaží překonat časovou a prostorovou omezenost vysílaných sdělení. Do této skupiny patří prostředky usilující o záznam a přesnost sdělení, jako jsou obrázky, písmo, tisk, prostředky mechanického, analogového či digitálního nahrávání, typy signalizace (kouřové signály, vlajkové abecedy), a přenosové a vysílací techniky (telefon, počítačové komunikační sítě, aj.)

1.4 Historie médií

Fakt, že současnou epochu digitalizace vnímáme jako něco nového, co mění dosavadní stav, je jen dokladem daleko širšího procesu, který není vyvolán pouze technickou inovací ve výrobě a přenosu sdělení, ale svědčí o tom, že masová média mají svou minulost, své vlastní dějiny, které jsou součástí vývoje člověka a společnosti.

1.4.1 Tisk

Nejstarší způsob tisku se objevil v Číně v 5. století našeho letopočtu. Byl to tzv. deskotisk, kdy se do dřevěné desky vyřezal obraz, reliéf se natřel barvou, na ni se položil papír a válečkem se přitlačil k podkladu. Kolem roku 1040 se v Číně začaly používat pohyblivé litery z kameniny a koncem 14. století v Koreji litery kovové, vložené do dřevěného rámu.

Evropským vynálezcem tisku z pohyblivých liter (písmen) se v polovině 15. století stal v Mohuči zlatník a písař Johannes Gensfleisch, řečený podle své rodné usedlosti Guttenberg. Využil svých zkušeností s prací s kovem a vyrobil formy, ze kterých odléval litery ve tvaru kovových razítek. Litery odléval ze slitiny olova, antimonu, cínu a vizmutu. Z několika razítek utvořil slovo, ze slov pak poskládal věty. Když se na razítka nanasla barva, daly se stránky otiskovat na listy papíru pomocí speciálního lisovacího stroje. Nejznámější Guttenbergovo dílo nese název „42-řádková bible“ nebo také „Guttenbergova bible“. Svě dvousvazkové dílo začal tisknout v roce 1452 a dokončil je v roce 1456. Bible je dnes nejstarší dochovanou evropskou tištěnou knihou. Za nejstarší prvotisk v českých zemích je tradičně považována „Kronika trojánská“, vytištěná v Plzni roku 1468 neznámým knihtiskařem. Vynálezem knihtisku byly dány základy pro vydávání novin.

Noviny se ve své současné podobě vyvinuly z pamfletů a informačních letáků, které se tiskly a šířily v 18. století. Deníky s mnoha tisíci nebo dokonce milióny čtenářů se objevily až na konci devatenáctého století. Vznik denního tisku byl velice důležitou událostí v dějinách moderních masmédií, neboť se v něm poprvé sešlo mnoho různých typů informací shrnutých do rozsahem omezeného a snadno reprodukovatelného formátu. Noviny přinášely současně informace o aktuálních událostech, zábavu a reklamu. Zprávy a reklama

se vyvíjely souběžně; mezi zprávami, reklamou a zábavou ve skutečnosti nevede ostrá a jasně vymezená hranice. Například oznámení o tom, že odplouvá nebo připlouvá nějaká loď, může být v určitém kontextu zprávou, v jiném reklamou či součástí zábavné společenské rubriky, týká-li se konkrétních pasažérů. (Giddens, 1997)

První noviny se vyznačovaly periodicitou, komerční podstatou (byly volně prodejné), mnohostranným využitím (sloužily k informování, inzertování, zaznamenávání) a veřejným charakterem. Za první periodicky vydávané listy jsou považovány noviny „Avisa Relation oder Zeitung“, které vycházely v Německu v roce 1605 ve Štrasburku a v roce 1609 ve Wolfenbüttelu. Nejstarší pravidelné noviny v českých zemích vyšly roku 1659 v Praze. Byly psány německy. Česky psané noviny – „Outerní (Sobotní) pražské poštovské noviny z rozličných zemí a krajín přicházející“ (též „Český Postilión“ nebo „Noviny české“) vydával knihtiskař Karel František Rosenmüller v Praze od roku 1719.

Od 15. do poloviny 20. století byla výroba tiskovin základem pro nejrozšířenější způsob mediální komunikace. Tato doba bývá označována jako „epocha tisku“. Na přelomu 15. a 16. století fungovalo v Evropě zhruba 250 tiskáren. Tiskly knihy vědecké, umělecké, náboženské, právnické, cestopisy, romány, duchovních tisk, světské písně i svaté obrázky. Počátkem 16. století se zvyšovaly náklady dobrodružných románů, historií, bajek a kalendářů. Neobyčejnou pozornost čtenářů poutala publicistika, která informovala o přírodních jevech a katastrofách, biologických anomáliích (lidské deformace) a nevšedních událostech (popravy), válkách s Turky apod.

Prvním skutečně masovým médiem byl tisk, který se v některých zemích (především v USA a Francii) vyvíjel stále větší rychlostí zhruba od první třetiny 19. století. V dalších zemích (např. v Německu, Anglii, Rakousku-

Uhersku) se masový tisk ustavoval postupně od druhé poloviny 19. století s určitým zpožděním za stávajícím tiskem politickým, označovaným jako „seriózní“, „tisk kvality“ či „prestižní tisk“. Rozvoj masového tisku byl závislý na určitých společenských podmínkách v té či oné zemi. Původní listy, zvláště ty, které se věnovaly ekonomickým a politickým otázkám, ovšem nezanikly a nadále oslovovaly své čtenářské skupiny. Současně se tak rozvíjely dva typy periodik. Na jedné straně tradiční seriózní listy určené pro majetnější a vzdělanější publikum, na druhé straně masové tituly vyznačující se podstatně vyššími náklady a odlišnou skladbou obsahu. Zatímco seriózní tisk se obracel na vzdělané čtenáře z vyšších společenských tříd, masový tisk byl určen čtenářům z nižších středních a nižších vrstev, více se věnoval populárním tématům a přizpůsobil jim i politické zpravodajství. Masový tisk využíval výraznější grafickou podobu (nápadnější a výraznější titulky, nové zalomení na stránkách, kratší texty), rozvíjel využití ilustrací (později také fotografie) a zaváděl některé novinky ve způsobu zpracování a prezentace zpráv. (Jirák, Köpplová, 2003)

1.4.2 Film

Počátky dnešního filmu jsou spojeny s objevem výroby a akumulace elektrického proudu jako zdroje světla a energie k mechanickému pohybu (T. A. Edison) a s objevy z oblasti optiky a fotografie. V roce 1824 vydal v Londýně Peter Mark Roget práci "O zachování obrazu pohybujících se předmětů" pojednávající o tzv. doznívání zrakového vjemu. Tato vlastnost lidského oka umožňuje vnímat sled obrázků, které zachycují jednotlivé fáze nějakého pohybu jako souvislý pohyb. Překrýváním obrazu minulého s přítomným v rozdílu desetin vteřiny vzniká na sítnici vjem pohybu.

Z českých vědců se spojením fází pohybu zabýval Jan Evangelista Purkyně (1787 - 1869), který k tomu využil fotografii své tváře. V roce 1878 zachytil Angličan Eadweard Muybridge pomocí 24 fotografických aparátů čtyři fáze běhu cválajícího koně, a přiblížil se tak ke skutečnému filmovému záběru. Fotografování na samostatné desky však bylo pomalé. První filmovou kameru určenou pro trh vytvořil Skot William Dickson v roce 1891. Oficiální filmová projekce se však odehrála o pět let později, když August a Louis Lumierové, synové majitele továrny na fotografické přístroje, uspořádali dne 28. prosince 1895 v pařížské kavárně Grand Café první filmové představení. Návštěvníci mohli vidět krátké neozvučené filmové snímky Odchod z továrny a Příjezd vlaku. Dominantou němé éry se staly grotesky v čele s Charlie Chaplinem. V americké vesničce Hollywood, byla vybudována filmová studia, která se postupem času rozrostla na největší světovou „továrnu na sny“.

Dalšími vynálezy získal černobílý němý film natáčený ruční klikou nejdříve motor, zajišťující rovnoměrné natáčení i promítání, potom také zvuk a barvu. Z filmu se stalo nejdůležitější umění 20. století. Z herců se staly filmové hvězdy, nejlepší filmy jsou pravidelně odměňovány cenami, z nichž nejprestižnější je cena Americké filmové akademie Oscar. Ta oceňuje herce, režiséry, střihače, výtvarníky i autory filmové hudby.

Vedle filmů hraných se prosadily i filmy animované – kreslené i loutkové. Ve filmech se uplatňují i filmové triky, které kombinují hraný a animovaný film (např. vystupují-li ve filmu pravěká zvířata).

Film převedl starší tradici poskytování zábavy do nových podob prezentace a šíření (distribuce). Nabídl nejširší veřejnosti nejen příběhy, podívanou, hudbu, komiku, ale i dramata a technické triky. Film jako masové médium byl částečně reakcí na „vynález“ volného času a řešením problému, jak by měla

celá rodina trávit volný čas. Poskytl dělnické třídě kulturní požitky, z nichž se dříve mohli těšit jen lidé, kteří byli ze společensky vyšší třídy.

Denis McQuail (1999) uvádí tři významné momenty v dějinách filmu. Prvním je užití filmu k propagandě, zvláště pokud jde o celonárodní či celospolečenské zájmy. Toto použití filmu staví na jeho širokém dosahu, předpokládaném realismu, emocionálním dopadu a oblibě. Za další dva momenty v dějinách filmu lze považovat objevení několika škol filmového umění a vznik sociálního dokumentárního filmu.

Dalšími rozhodujícími okamžiky v dějinách filmu jsou příchod televize a „amerikanizace“ filmového průmyslu po první světové válce. Televize odlákala značnou část filmových diváků a přenechala filmu mnohem menší a mladší publikum. Navíc filmu vzala sociální dokument a poskytla mu vhodnější zázemí. Ačkoliv se film stal méně masovým médiem, nedokázal si vydobýt plné právo na svobodné politické a umělecké sebevyjádření. Mnoho zemí si nadále zachovává aparát na poskytování licencí, cenzuru a prostředky kontroly.

Posledním průvodním jevem je prolínání filmu s jinými médii, především s vydáváním knih, populární hudbou a samotnou televizí. Tím na jedné straně ztrácí část přímého publika, na druhé straně si zajišťuje ústřední postavení jako „výkladní skříň“ dalších médií a jako kulturní zdroj, z něhož vycházejí knihy, písničky, kreslené seriály a televizní hvězdy. Výrazněji než kdykoli předtím se film stává tvůrcem masové kultury.

1.4.3 Rozhlas

Rozhlas je založen na principu centrálního vysílání, které je určeno lidem v dosahu působení rozhlasového či televizního přijímače. Lidé mohou v též okamžik přijímat sdělení o událostech nebo dějích právě probíhajících. Jsou tak pasivními svědky např. rozhovoru, koncertu, sportovního utkání a různých jiných akcí.

K prvnímu vysílání zábavného pořadu došlo v r. 1916. Německý spojovací důstojník a pozdější zakladatel německého rozhlasu Hans Bredow vysílal svým kolegům na frontě „zábavu“ pomocí rádiového spojení. Od svých nadřízených se však neseťkal s pochvalou a musel vysílání ukončit. Tato válečná epizoda však byla neformálním vysíláním.

K prvnímu oficiálnímu vysílání došlo až dva roky po první světové válce v roce 1920. Pravidelné rozhlasové vysílání zahájila v Pittsburghu komerční rozhlasová stanice KDKA. Je považována za první rozhlasovou stanici na světě. V roce 1922 vznikla londýnská rozhlasová stanice BBC (British Broadcasting Company), která měla v náplni vysílat pro širokou veřejnost. Následovaly ji stanice v dalších státech. V roce 1923 zahájilo vysílání Německo, Belgie, Španělsko. V roce 1924 se přidaly Finsko a Itálie, o rok později také Norsko, Polsko, Mexiko a Japonsko.

Český rozhlas zahájil vysílání 18. května 1923 ve Kbelích. Společnost RADIO-JOURNAL krátce poté začala budovat další pobočky. V září 1924 začalo vysílat Brno, v r. 1926 Bratislava, v r. 1928 Košice a v r. 1929 Ostrava.

V běžném provozu jsou používány čtyři vlnové dosahy:

- pásmo dlouhých vln (LW). Přes vysokou hladinu rušení atmosférickou elektřinou je vhodný pro trvalý příjem na velké vzdálenosti (dosah povrchové vlny je až 2000 km)
- pásmo středních vln (MW). S omezenou kvalitou v něm lze přijímat největší počet vysílačů ze středních vzdáleností (dosah je až 1000 km)
- pásmo krátkých vln (SW). Příjem je závislý na odrazivosti ionosféry a stavu sluneční činnosti (dosah je až 300 km).
- pásmo velmi krátkých vln (FM). Hlavním nositelem rozhlasových signálů je povrchová vlna. Zde však dochází k výraznému kolísání intenzity a k rušení cestou od vysílače k přijímači. Mechanismus šíření FM vln je totožný s šířením televizních signálů. (dosah je 40-60 km).

V České republice jsou využívány FM a MW vlny. 80% populace je vybaveno přijímačem s velmi krátkými vlnami. Převážná část FM stanic vysílá lokálně, nepokrývá celé území ČR.

„Český rozhlas byl zřízen a působí v souladu se zákonem č. 484/1991 Sb., o Českém rozhlasu jako provozovatel vysílání ze zákona. Při plnění úkolů média veřejné služby poskytuje rozsáhlou vzdělávací programovou nabídku.“
(Landová, Škaloudová, Dobal, 2003, strana 13)

V rámci Českého rozhlasu působí tyto stanice:

- Český rozhlas 1 – Radiožurnál (zpravodajsko-publicistická stanice)

- Český rozhlas 2 – Praha (univerzální stanice pro celou rodinu)
- Český rozhlas 3 – Vltava (kulturní stanice)
- Český rozhlas 4 – Radio Wave (stanice pro mladé)
- Český rozhlas – Regionální vysílání
(Brno, České Budějovice, Hradec Králové, Olomouc, Ostrava,
Pardubice, Plzeň, Sever, Regina, Středočeský Kraj, Vysočina)
- Český rozhlas 6 (analyticko-publicistická stanice)
- Český rozhlas 7 – Rádio Praha (vysílání do zahraničí)
- Český rozhlas Online (internetové stránky Českého rozhlasu
(<http://www.cro.cz>; www.rozhlas.cz))
- Český rozhlas D-dur (klasická hudba)
- Český rozhlas Rádio Česko (zpravodajsko-publicistická stanice)
- Český rozhlas Leonardo (populárně-naučná stanice)

Český rozhlas podporuje také původní uměleckou a rozhlasovou tvorbu (soutěž Prix Bohemia Radio), významná umělecká tělesa (Symfonický orchestr Českého rozhlasu, Big Band Českého rozhlasu, Dismanův rozhlasový dětský soubor, Dětský pěvecký sbor) a mladé hudebníky mnoha oborů (soutěž Concertino Praga, Concerto Bohemia); je aktivním členem Evropské vysílací unie (EBU) a prostřednictvím Nadačního fondu Českého rozhlasu působí i na poli charitativním. (<http://www.rozhlas.cz>)

1.4.4 Televize

Od počátku 20. století přemýšleli fyzikové o postupech přenosu obrazu z vysílače k příjemcům pomocí elektrického signálu o určitém kmitočtu. Hmatatelných výsledků bylo dosaženo v polovině dvacátých let, kdy vznikly první použitelné systémy elektromechanické televize a v Londýně předvedli Skot J. L. Baird s Američanem C. F. Jenkinsem veřejně první televizní představení. V témže desetiletí se v Anglii a Spojených státech začala připravovat výroba televizních přijímačů. Pokusy s televizním přenosem se dále zabývali fyzikové ve Francii, Německu, Sovětském svazu, ale i v Československu, kde byl hlavním strůjcem výzkumů fyzik Jaroslav Šafránek. Ten se pokoušel se svými spolupracovníky ve Fyzikálním ústavu Univerzity Karlovy sestavit vlastní televizní přijímač. V roce 1935 uspořádal dvouměsíční turné po Československu, během kterého navštívil 143 měst, kde konal osvětové přednášky o televizi. (Jirák, Köpplová, Sekera, in www.rvp.cz, 2006)

2. listopadu 1936 zahájila British Broadcasting Corporation (BBC) ve Velké Británii první pravidelné vysílání na světě. Vývoj televize byl však ve většině zemí pozastaven vlivem druhé světové války. V Americe se s předstihem před ostatním světem vytvářely základní technologické inovace - 1954 barevné vysílání, 1956 magnetický záznam obrazu, 1962 družicový přenos, od šedesátých let se budovala kabelová televize apod.

Od října roku 1945 byl v Československu obnoven soustavný vývoj elektronkového snímání obrazu. Televize se poprvé veřejně představila 15. května 1948 v Praze na Mezinárodní výstavě rozhlasu (MEVRO). Veřejné zkušební televizní vysílání se uskutečnilo 1. května 1953 ze Studia Praha v Měšťanské Besedě, a trvalo až do 25. února 1954, kdy bylo prohlášeno

za pravidelné. Televize však institucionálně vysílala pod zaštitěním Československého rozhlasu. Státní organizace Československá televize vznikala až v letech 1957 - 1958. Teprve v té době pokryl televizní signál celé území republiky. V 60. letech byla zahájena výstavba nových televizních středisek v Praze a Bratislavě a vláda rozhodla o vytvoření druhého programu. Výstavba trvala do konce 70. let a toto rozšiřování výrobních a technických kapacit umožnilo zvětšit rozsah vysílání. Dne 10. května 1970 bylo vysílání obohaceno o druhý program, na němž bylo 9. května 1973 zahájeno pravidelné barevné vysílání. Na prvním programu se diváci pravidelného barevného vysílání dočkali o dva roky později. 14. května 1990 bylo zahájeno vysílání třetího programu OK 3.

V roce 1990 došlo k zásadním organizačním změnám, kdy ze státní Československé televize vznikl samostatný subjekt zřízený zákonem, ekonomicky nezávislý na státním rozpočtu (užívá se označení „veřejnoprávní“). Došlo k těmto změnám:

- 1. července 1991 – Slovenská národní rada zřídila Slovenskou televizi
- 1. ledna 1992 – Česká národní rada zřídila Českou televizi
- 2. prosince 1992 – Federální shromáždění přijalo zákon o zrušení Československé televize (597/1992 Sb.)
- 31. prosince 1992 – zanikla Československá televize a federální televizní program F1
- 1. ledna 1993 – zahájeno vysílání nově koncipovaných a nově pojmenovaných programů České televize – ČT1 (dosavadní ČTV), ČT2 (dosavadní F1) a ČT3 (dosavadní OK3)

- 31. prosince 1993 – skončilo vysílání ČT3 jako programu se zvláštní programovou skladbou

Zrušení monopolu na televizní vysílání uvolnilo přístup soukromým podnikatelským subjektům. Jako první soukromá (tehdy regionální) televize se objevila v červnu 1993 TV Premiéra (od 1997 TV Prima). O osm měsíců později (4. února 1994) začala vysílat celostátní komerční stanice TV NOVA, která dosáhla nejvyšší sledovanosti. Od 90. let se rozvíjí i zavádění kabelových sítí a satelitní vysílání.

1.4.5 Internet

Historie internetu sahá zhruba čtyřicet let zpět do minulosti. Bylo to doba studené války mezi Východem a Západem, a tedy období různých tajných vojenských projektů. Podobnými projekty se na straně Američanů zabývala společnost RAND. Tato společnost dostala v 60. letech 20 století za úkol vyřešit problém, jak by si mohly vojenské základny, města a státní úřady vyměňovat informace po případné nukleární válce. Nebylo možné použít dosavadní principy sítě založené na jediném uzlu, na který byli napojeni ostatní uživatelé. V případě, že by nepřítel zničil právě centrální uzel, celá síť by nefungovala. V roce 1964 navrhla společnost RAND vybudování sítě bez centrálního uzlu. Pokud by byl zničen jeden uzel, zbytek sítě by pracoval bez potíží. Projektu se chopila společnost ARPA, která se jej rozhodla financovat. Na podzim roku 1969 byl nainstalován první uzel sítě a koncem stejného roku již existovaly čtyři uzly. Síť byla pojmenována ARPANET.

Na rozdíl od původního záměru se ARPANET stal velmi populární sítí zejména mezi vědci a studenty, kteří ji kromě pracovních úkolů užívali hlavně

pro komunikaci. Během 70. let se síť rozrůstala závratným tempem a za nějaký čas ARPANET přesáhl hranice Spojených států amerických. Jednalo se již o síť mezinárodní a začalo se jí říkat INTERNET (INTER = mezinárodní, NET = síť). (Navrátil, 2004)

Až do počátku 80. let se Pentagonový internet skládal z pěti set počítačů zamčených ve vojenských laboratořích a katedrách počítačové vědy na univerzitách. Poté se na něj začali napojovat jiní lidé z univerzitního prostředí a využívat jej ke svým vlastním cílům. V roce 1987 už bylo na internet napojeno 28 tisíc počítačů na nejrůznějších univerzitách a ve výzkumných laboratořích. Jeho uživatelé zaváděli řadu inovací a vymysleli nový software, který jim umožňoval účastnit se diskusí. Několik let zůstal internet omezen jen na univerzity. S přibývajícím počtem domácích osobních počítačů se začal šířit mimo akademickou půdu a vstoupil do fáze explozivního růstu. (Giddens, 1997)

V roce 1991 vzniká World Wide Web (www), tedy standard pro přenos hypertextových a grafických informací. Díky www stránkám se internet stal přístupný nejen pro počítačové fandy a akademickou obec, ale i pro další uživatele.

K oficiálnímu napojení první československé instituce, pražského ČVUT, došlo 13. února 1992. Šlo avšak o formální záležitost, neboť první pokusy s internetem se v Československu odehrávaly již od podzimu 1991. Internet byl dostupný v Praze na ČVUT, ale o připojení projevily žádost také ostatní vysoké školy. V prosinci 1991 schválilo české ministerstvo školství projekt předložený akademickou obcí a v červnu 1992 uvolnilo 20 miliónů korun pro vybudování pátevní sítě spojující univerzitní města. V listopadu 1992 byly pevnou linkou propojeny Praha a Brno a koncem března 1993 bylo připojeno již 9 měst. Přestože byl CESNET vybudován jako akademická síť, v reakci

na poptávku po připojení se zanedlouho stal i komerčním poskytovatelem. Počet uživatelů se v dalších letech dramaticky zvyšoval. Dnes již tento počet přesáhl tři miliardy a stále roste. Internet je v dnešní době dostupnější než kdykoliv předtím (technické vybavení, minimální nároky). Je vynikajícím nástrojem pro získávání informací a prostředek ke komunikaci.

1.4.6 Nová média

Pojem „nová média“ je jeden ze zajímavých výrazů provázejících studium médií. Obvykle se jím označují ta média, která v dané době nastupují a přinášejí něco nového. Tak byly svého času novým médiem pohyblivé obrázky (filmy), později vysílací média (rozhlas a televize). V současné době označujeme pojmem „nová média“, ty veřejně dostupné komunikační aktivity, které působí v počítačových sítích, zvláště v síti internet. V internetovém prostředí se objevují produkty, které jsou určeny k užívání širokým publikem.

Tyto produkty jsou velmi často verzí klasických médií, například internetové verze časopisů, rozhlasové a televizní vysílání (tzv. webcasting). Většina denního tisku má dnes svou digitalizovanou podobu, kde je např. rychlejší aktualizace zpravodajství, větší prostor pro aktivní vstup čtenáře do diskuse (hodnocení článků, ankety, chatové skupiny), archiv starších čísel. Existují také výhradně internetové časopisy (tzv. e-ziny) nejrůznějšího zaměření, jakož i deníky a databáze, jež se nikde jinde než v prostředí internetu nevyskytují. Tuto dvojí variantu využívají také rozhlas a televize.

Významnou vlastností komunikace s novými médii je větší stupeň interaktivity, tedy možnost příjemce aktivněji se podílet na podobě mediálního produktu a větší schopnost produktu reagovat na požadavky uživatele.

(Jiráček, in www.rvp.cz, 2006)

1.5 Masová média

Masová média slouží celospolečenské komunikaci, jejímž výrazným rysem je, že sdělení směřuje od jednoho zdroje k velkému množství lidí (k publiku). Jeden účastník komunikace zastává roli vysílatele (podavatele) a druhý (publikum) roli příjemce. Lidé v postavení příjemce mají mezi sebou velmi slabé nebo žádné sociální vazby, většinou se neznají, tvoří tzv. „masu“. Masová média jsou schopna vytvořit ve společnosti nové sociální vazby, které spojují lidi například podle politické orientace.

Masová média mají v moderních společnostech podstatný a stále vzrůstající význam. Denis McQuail (1999, strana 21) uvádí, že vzrůstající význam médií je způsoben tím, že média jsou:

- „zdrojem moci – potencionálním prostředkem vlivu, ovládnutí a prosazování inovací ve společnosti; pramenem informací životně důležitých pro fungování většiny společenských institucí a základním nástrojem jejich přenosu,
- prostředím (či arénou), kde se na národní i mezinárodní úrovni odehrává celá řada událostí z oblasti veřejného života;
- významným zdrojem výkladů sociální reality a představ o ní; proto jsou média také místem, kde jsou konstruovány, ukládány a nejviditelněji vyjadřovány změny v kultuře a hodnotách společnosti a skupin;
- primárním klíčem ke slávě a k postavení známé osobnosti, stejně jako k účinnému vystupování na veřejnosti;

- zdrojem uspořádaných a veřejně sdílených významových soustav, které empiricky i hodnotově vymezují, co je normální; odchylky jsou pak signalizovány a poměřovány tím, co je považováno za veřejně akceptovanou podobu normality.“

Masová média je možné chápat úžeji jako historicky podmíněný typ nabídky obrazového a jazykového zboží, které je pravidelně nabízeno velkému počtu potenciálních uživatelů, a to s cílem tyto uživatele informovat či pobavit jednoduchými, atraktivními obsahy a udržet si tak jejich pozornost a přízeň. Společným rysem masových médií v tomto užším pojetí je to, že jsou orientovány na tvorbu zisku, žijí „z reklamy“. Garantují inzerentům zájem o sebe sama a proto musí hledět, aby si přízeň uživatelů udržela.

Z širšího hlediska se mezi masová média řadí knihy, noviny, časopisy, film, pozemní, kabelové i satelitní televizní a rozhlasové vysílání, kompaktní disky, magnetofonové nahrávky, internetové verze tištěných periodik, internetová periodika a online rozhlasové a televizní vysílání (tj. vysílání po internetu). Protikladem masových médií jsou elitní, prestižní média (například seriózní tisk).

1.6 Bulvarizace médií

Přestože média působí převážně jednosměrně a občan se jejich vlivu může těžko aktivně bránit, existují určité formy zpětné vazby mezi občany a masmédií. U tiskovin může dojít k poklesu odběru, u televize se může snížit sledovanost. To má však negativní dopad na provozovatele médií, neboť se tím okamžitě snižuje jejich vliv na občany. Z tohoto důvodu je nutné neustále udržovat zájem občanů o masmédiá, a to i za cenu podbízení, snižování

kvality, využívání laciného bulvárního získávání a udržování pozornosti. To vše vede k bulvarizaci tisku. Bulvarizace kompenzuje nedostatek svobody v médiích. Jde vlastně o vulgarizaci – podbízení masám.

A jak vlastně bulvár vznikl? Slovo „bulvár“ bylo převzato do češtiny z francouzštiny. V 19. století dal architekt Haussman v Paříži strhnout staré hradby a na jejich místě dal vystavět široké ulice, třídy, prospekty, pro něž se ujalo označení bulvár (psáno boulevard). Bulváry se staly centry společenského života, zábavy a bohatých nákupních možností, a tím rovněž oblíbeným místem procházek Pařížanů. Kdo v té době toužil po pikantních novinkách, okamžitě se o nich dozvěděl z masově vydávaných novin, s jejichž titulky kolemjdoucí halasně seznamovali kameloti. Hodnotící význam slova bulvár se v češtině rozšířil až po první světové válce pro vyjádření kritického postoje k tomu, co bulvár přináší. Jde o nerespektování faktů, skandalizaci lidí i událostí, vulgarizaci jazyka, vyhledávání senzací za každou cenu. (Mičienka, Jiráček, 2006)

1.7 Digitalizace médií

Masovost mediální komunikace souvisí i mimo jiné s rozvojem technických možností výroby a přenosu sdělení. V současné době se rozvíjejí zejména média využívající tzv. digitalizaci, tedy převedení všech údajů do číselného kódu. Tyto zdánlivě čistě technické záležitosti podstatně ovlivňují možnosti a podobu masové komunikace. Tisk umožnil výrobu velkého počtu kopií, vysílání umožnilo rychle přenášet sdělení k velkému počtu příjemců. Díky digitalizaci lze rychle a bez poškození přenášet texty i obrazy na velké vzdálenosti, je možné snadno a levně kombinovat různé obrazy apod. Právě digitalizace umožnila rozvoj internetu, přes který je možné posílat a přijímat sdělení prakticky okamžitě bez ohledu na geografickou polohu odesílatele

a příjemce. Digitalizací může být jakýkoli tradiční mediální produkt reformátován do nové multimediální podoby. Změny vyvolané digitalizací jsou tak nápadné, že je často vnímáme jako rozdíl mezi dvěma světy.

1.8 Komeracionalizace médií

Média jsou průmyslovým odvětvím, které se orientuje na své ekonomické přežití a na generování zisku, popřípadě na uskutečnění mocenských tendencí. Tato jejich orientace vede k tomu, že využívají svou politickou úlohu ke svému prospěchu, k dosažení svých cílů. Podobně jednají také s dalšími aspekty společenského života – s rituály, s tradicemi, s uměleckými projevy. Komeracionalizace médií (jejich obsahů, jejich chování) je určujícím rysem současných mediálních společností. Pokud se u mediálních produktů použije přídatné jméno „komerční“, pak vyjadřuje důsledky faktu, že se produkty ucházejí o uplatnění na obrovských trzích.

V dějinách médií proběhlo několik vln komeracionalizace. Za první lze považovat období vzniku a rozvoje masového tisku v první třetině 19. století. Poprvé se začaly objevovat tituly s vyššími náklady, prodávané za nízkou cenu, s jednoduchými obsahy. Na přelomu 19. a 20. století se dostavila druhá vlna. Rozvíjí se bulvární tisk. Jde o nový způsob určování cen reklamy (podle nákladu, podle počtu oslovených čtenářů). Třetí důležitá vlna komeracionalizace médií je spojena s deregulací televizního vysílání, která u nás začala v 90. letech 20. století. Média postupem času přestala mít národně reprezentativní funkci a definitivně se vymanila z rámce národních ekonomik. Na počátku 21. století se česká společnost ocitá v situaci, kdy se její média zřetelně orientují na ekonomické zhodnocení své existence a podřizují tomu své chování .

1.8.1 Důsledky komercializace

Orientace médií na vlastní ekonomické přežití, na přilákání a udržení pozornosti příjemců a na optimalizaci poměru mezi náklady a výnosy má řadu podstatných důsledků, z nichž mnohé jednoznačně oslabují roli médií. Jde především o tyto důsledky:

- V médiích se stírá hranice mezi soukromým a veřejným. Politická témata se stále více personalizují, převádějí se na sportovní klání. Média stále více jevů a problémů zjednodušují tak, aby je mohla vyprávět jako střet mezi dobrem a zlem, jako akční film, drama apod. Hlavním kritériem je udržet pozornost publika.
- Ti, kdo potřebují proniknout do médií si stále suverénněji osvojují způsoby, jak svého cíle dosáhnout. Příkladem jsou politické elity, jež mají k dispozici celé profesionalizované týmy, které rozumí logice mediální produkce a dokáží s ní pracovat. Komunikace s médii se tedy profesionalizuje.
- Jediné, co se neprofesionalizuje, je počínání publika. Média i politické, kulturní a ekonomické elity dál ujišťují veřejnost o nutnosti nezávislosti médií, o niterném vztahu mezi médii a svobodou projevu. Tyto veskrze občanské hodnoty nejsou přitom nijak ověřovány kritickým přístupem k vlastní mediální produkci. Občané jsou médii vnímáni jako konzumenti, spotřebitelé.

Celý komunikační proces ovládají ti, kdo z něj ekonomicky profitují, tedy vydavatelé, vysílatelé a inzerenti, a ti, kdo profitují z přítomnosti v médiích, tedy politické elity a celebrity. (Jirák, in www.rvp.cz, 2005)

1.9 Masová komunikace

Masová komunikace je jedna z rovin sociální komunikace, která se vyznačuje tím, že veškeré komunikační aktivity (produkce a šíření veřejně dostupných sdělení) se dějí v institucionalizované podobě prostřednictvím masových médií. Pro jejich činnost je charakteristické, že institucionálně, organizačně a technologicky vyhovují kritériím procesu masové komunikace. Tato komunikace je definována jako proces přenosu sdělení od podavatele k příjemci. Podavatelem je organizace zaměstnávající profesionální komunikátory a užívající specializované technologie k výrobě sdělení určených pro rozsáhlé publikum. Příjemcem masové komunikace je určitá nepřesně vymezená množina osob (v krajních případech se může dokonce jednat o prázdnou množinu: nikdo již knihu nečte, nikdo se nedívá na televizi apod.). Masovou komunikací se zpravidla rozumí ty komunikační aktivity, na nichž se podílejí noviny, časopisy, kina, televize, rozhlas a reklama. Někdy se mezi masovou komunikací zahrnuje vydávání knih (zvláště spotřebního čtiva) a produkce populární, spotřební hudby.

Z hlediska postavení masové komunikace ve společnosti lze uvažovat o tom, že se jedná o historicky podmíněný jev spojený s moderní společností, jež otevřela cestu k využití technických podmínek masové produkce (tisku, energie, dopravy). Vedla k posílení gramotnosti a poskytla vytvoření volného času v životě jednotlivce.

1.9.1 Vznik masové komunikace

Podle sociologa J. G. Herdera vznikla lidská komunikace proto, aby "nahradila biologickou nedostatečnost lidí". Lidská forma komunikace umožňuje získávat informace o věcech a událostech prostorově či časově vzdálených. Člověk je živočich, který se díky symbolům dokáže učit z minulosti, představovat si budoucnost a žít ve světě symbolů. Sociolinguista G. Braga rozděluje jednotlivé etapy vývoje lidské civilizace z hlediska komunikace takto:

- 1) **Archaická společnost** (kapilární komunikace). Společnost používala pro komunikaci primitivní systém "face to face". Nositeli paměti byli lidé, kteří měli velké množství informací. Vznikala specifická povolání, jejichž vedlejším posláním byl přenos informací (např. poslové, básníci). Ve společenské dělbě práce zastávali tito lidé jen okrajovou roli.
- 2) **Tradiční společnost**. V této společnosti vznikla organická komunikace. Největším předpokladem vytvoření určitého systému komunikace byl vznik písma a následné osvojení si čtení a psaní. Vznikly první školní systémy. Elitou společnosti se stali jedinci, kteří toto umění ovládali (např. mudrci, umělci, vědci, duchovní).
- 3) **Moderní společnost**. Podmínkou rozvoje masové komunikace byla technická revoluce, která umožnila vznik masmédií. Informace vznikali jako centralizovaný a silně institucionalizovaný systém, což byl důsledek zvyšujících se nákladů na šíření informací a nutností rozsáhlé dělby práce. Také dnes se informace velmi rychle šíří mezi velké množství komunikátorů. Masová média stojí ve službách toho, kdo kontroluje

společenský systém. Existuje vrstva odborníků, kteří provádějí transformaci informací prostřednictvím masmédií.

(Kunczik, 1995)

1.9.2 Specifika masového sdělení ve vztahu k mládeži

Masové sdělování je funkčně spjata s celospolečenským systémem včetně jeho složek. Otto Čmolík (1979, strana 19) uvádí tato specifika hromadného sdělování na rozdíl od ostatních prvků a složek celospolečenského systému:

- „Proces masového sdělování celou svou funkcí beze zbytku působí bezprostředně i zprostředkovaně na společenské vědomí v celku i na jeho struktury (na mládež).
- V procesu masového sdělování se produkují hodnoty, které nazýváme hodnotami kulturními (v užším slova smyslu), což ovlivňuje mládež jakožto budoucího nositele a tvůrce těchto hodnot.
- Masové sdělování je specifickým a zvláštním způsobem mezilidské komunikace v tom smyslu, že působí na všechny sociální struktury současně, unifikovaným obsahem, veřejně a prostřednictvím technického prostředku.
- Masové sdělování neponechává bez povšimnutí žádný sociální jev, událost a mnohdy ani přírodní jev, zmocňuje se jej, hodnotí a dešifruje do jazyka srozumitelného veřejnosti vůbec i jejím jednotlivým částem.

- Je producentem vzorů chování a jednání člověka, způsobu života, což je zaměřeno především na tu část naší společnosti, kterou nazýváme mladá generace.
- Působí na člověka permanentně od dětství až po stáří. Je častým jevem, že se děti dostávají poprvé do styku s celospolečenským systémem a jeho zájmy právě prostřednictvím prostředků masového sdělování.
- Masové sdělování umožňuje člověku realizovat některé významné potřeby, jako např. potřebu sociální orientace, prestiže, sociálního kontaktu, identifikace, učení se rolím, které jsou pro participaci člověka ve společnosti nezbytné.
- Masové sdělování nejen že realizuje zájmy a potřeby člověka, sociálních skupin a celé společnosti, ale vytváří předpoklady pro realizaci těchto zájmů a jejich rozvíjení. To zvláště platí pro mladou generaci, u které probíhá proces stabilizace zájmů a hodnot.
- Masové sdělování hraje nezastupitelnou roli v procesu integrování celospolečenských, skupinových i individuálních zájmů.“

1.9.3 Studium mediální komunikace

Studium mediální komunikace je možné rozdělit podle toho, kterého prvku komunikačního schématu se týkají:

- 1) **produkce mediálních sdělení** (společenské postavení médií a těch, kteří v nich pracují, regulace médií, autoregulace médií, další externí i interní vlivy, např. tlak veřejnosti a spotřebitelů, pracovní rutiny),

- 2) **mediální produkty** (jejich typologie, uspořádání, vzájemná provázanost),
- 3) **významy mediálních produktů** (co sdělení mohou pro příjemce znamenat),
- 4) **publikum a jeho chování** (typy publika, způsoby jeho oslovování, aktivita a zvyky publika při interpretaci mediálního produktu),
- 5) **účinky médií** (jaký dopad má samotná existence médií a tok produktů, které nabízejí, vlivy záměrné a nezáměrné).

2 VLIV MÉDIÍ NA DĚTI A MLÁDEŽ

Vliv médií na společnost i na jednotlivce a jeho život je jedním z hlavních témat, kterým se zabývají nejen odborníci, kteří se věnují studiu médií, ale také laická veřejnost. Média tvoří součást našeho každodenního života a člověk je tak denně vystavován problému orientovat se v nich a nepodlehnout jejich vlivu.

2.1 Účinky médií

Téma účinků lze rozdělit na dvě velké oblasti. První oblastí je vliv médií jako takových (jak se média svou vlastní existencí, bez ohledu na obsah, podílejí na podobě soukromého i veřejného života), druhou oblastí je vliv obsahů, které média nabízejí, ať už násilných, zábavných či zpravodajských. Účinky médií se také mohou dělit podle toho, na koho (případně na co) určitý vliv působí, tj. zda se jedná o vliv na jednotlivce nebo na společnost.

2.1.1 Obecný vliv médií

Jan Jirák (2006) posuzuje vliv médií na jednotlivce a společnost z hlediska času a prostoru. Média mají tendenci ovlivňovat uspořádání prostoru, v němž se jedinec pohybuje. Například noviny a časopisy mají v domácnosti i v zaměstnání své stálé místo, televizor je obvykle umístěn tak, aby na něj bylo vidět ze všech úhlů pokoje, počítač je naopak často postaven tam, kde má člověk největší soukromí. V dnešní době je běžné, že média „vstupují“ do prostoru, kam v dřívějších dobách neměla přístup. Rozhlasový přístroj se postupně přestěhoval do automobilu v podobě autorádia, do ložnice jako radiobudík a do koupelny prostřednictvím vodotěsných přijímačů. Stal se dokonce součástí intimní sféry jedince. Také tištěná média se podílejí na organizaci prostoru. Lidé mají své oblíbené místo pro čtení novin, například ve veřejné dopravě, v obývacím pokoji, v ložnici, ve vaně, na toaletě či v městské knihovně.

Média se také podílejí na uspořádání časového rozvrhu dne. Například tím, že noviny vycházejí v určitou dobu, časopisy v určitý den a pořady v rozhlasu či televizi se vysílají v určitý čas. Lidé si tak nevědomky vytváří jakési rituály, kdy například čtou noviny či časopisy ve stanovenou dobu a za jistých okolností (cestou do práce, v pracovní přestávce apod.). Pravidelné uspořádání televizního vysílání vede k tomu, že lidé přizpůsobují rytmus svého života rytmu vysílání. Jako názorná ukázka může sloužit seriál Nemocnice na kraji města, vysílaný v osmdesátých letech minulého století. Lidé usedli před své obrazovky a vychutnávali si příběhy oblíbených hrdinů. V té době klesaly tržby v restauracích a silnice byly prázdné. Nikdo nechtěl „přijít“ o jediný díl.

Užívání médií také ovlivňuje mezilidské a pracovní vztahy: v některých rodinách jsou dány pravomoce, které se týkají používání a ovládní médií (např. kdo smí komu přepínat televizní program a kdo nikoliv, pořadí, podle něhož čtou jednotliví členové rodiny tiskoviny apod.). Někteří zaměstnavatelé také odlišují postavení pracovníků podle toho, kdo smí při práci využívat internet nebo poslouchat rádio.

S médii také souvisí pravidla slušného chování. Není například slušné číst během jídla, pouštět hlasitě hudbu a obtěžovat tím okolí nebo číst druhému přes rameno.

2.1.2 Vliv mediálního obsahu

Mnohem více však život člověka ovlivňuje mediální obsah. Lidé se mohou obávat například oslabení či zániku národních kultur, primitivizace národního jazyka, ztráty ustálených tradic apod. Hrozí i nebezpečí nápodoby chování a jednání, které se v médiích objevuje. Média vždy působí v dobovém sociálním, kulturním a politickém kontextu a v určité momentální situaci. Je téměř nemožné, oddělit jejich vliv od vlivů ostatních.

Vliv médií na mladou populaci je obrovský, neboť média tvoří důležitou součást využití volného času dětí a mládeže. Když je člověk (resp. dítě) vystaven určitým typům mediálních obsahů, mohou se u něho projevit některé okamžité, bezprostřední reakce, které mají nejvíce emocionální či fyziologický charakter. Napínavý příběh může vyvolat napětí, horor může směřovat ke strachu, zpravodajství o násilné kriminalitě dokáže vyvolat pocity opovrhování, komedie navozuje smích a uvolnění, erotická scéna může způsobit sexuální vzrušení atd.

2.2 Základní typy působení médií na děti a mládež

Mnohostranný vliv médií mezi dětmi a mládeží se uskutečňuje několika základními druhy působení, které se odlišují různým stupněm výchovné intencionality: Otto Čmolík (1979) vymezuje tyto druhy působení médií:

1. Působení přímé, specificky zaměřené na děti a mládež.

Základním rysem je prioritní orientace na děti a mládež, která ovšem nevyklučuje jeho uplatnění také mezi dospělými (např. poslech rozhlasové pohádky, shlédnutí televizního Večerníčku rodiči apod.). Tento typ obsahuje bohatou škálu různých stupňů výchovného zaměření. Nejpatrnější je u složek zahrnutých do vyučování, které vychází z didaktických principů (školní film, školní rozhlas nebo televize). Patří sem pohádky, písničky, říkadla, pořady a časopisy určené dětem.

2. Působení přímé, specificky neorientované na děti a mládež

Děti a mládež jsou přímými uživateli mediálních obsahů, které však na ně nejsou cíleně zaměřené. Děti se s těmito obsahy setkávají nejprve v rodinách, postupně v dalších institucích (ve škole, v dětském kroužku, apod.). Na jedné straně jsou to obsahy pro ně plně přístupné (poslechem rádia, četbou novin apod.) a vhodné (např. poslech koncertu), na druhé straně jsou to pořady výchovně nežádoucí, nevhodné až škodlivé, například z hlediska věkové nepřiměřenosti.

3. Působení nepřímé, specificky určené dospělým

Působení sleduje prohloubení výchovy dětí a mládeže. Typ mediálního obsahu je na pomezí mezi světem dospělých a světem dětí a ani jeho uživatelé nejsou přísně odděleni.

2.3 Regulace a autoregulace médií

V dnešní době se mohou lidé mylně domnívat, že média mají naprostou svobodu a že cenzura je již minulostí. Přitom i v dnešní demokratické společnosti reguluje (tj. omezuje) chování médií celá řada nejrůznějších formálních i neformálních vlivů. Tyto vlivy mají charakter pravidel, která musí média dodržovat. Pojmem regulace jsou označovány vlivy, které působí na média „zvenčí“. Patří sem především pravidla chování médií daná zákony. Vlivy, které si vytvářejí sama média a lidé, kteří je vlastní nebo v nich pracují, jsou nazývány autoregulací. Do těchto vlivů patří pravidla „správného chování“, etické kodexy, doporučení, zásahy dozorčích rad apod. Dalšími vlivy, které na média působí jsou mediální kritika, mediální výchova, občanské aktivity, apod. (Jirák, Wolák, 2006)

Příkladem regulace médií (týkající se dětí a mládeže) je že, provozovatel rozhlasového či televizního vysílání nesmí zařazovat do vysílání v době od 6.00 hodin do 20.00 hodin pořady, které mohou vážně narušit fyzický, psychický nebo mravní vývoj dětí a mladistvých zejména tím, že obsahují pornografii a hrubé samoučelné násilí. Ve zmíněné době nesmí zařazovat ani upoutávky na tyto pořady.

Mediální legislativa, působící v České republice:

Zákon č. 46/2000 Sb., o právech a povinnostech při vydávání periodického tisku

Zákon č. 231/2001 Sb., o provozování rozhlasového a televizního vysílání

Zákon č. 483/1991 Sb., o České televizi (novela k 23.1.2001)

Zákon č. 484/1991 Sb., o Českém rozhlasu (novela k 9.2.2001)

2.4 Vliv televize jako nejmocnějšího média

S určitostí lze říci, že v současné době má televize své pevné místo v každé domácnosti. Snad nikdo již dávno nepochybuje o tom, že má na člověka určitý vliv. Z nejnovějších studií vyplývá, že televize má stále roli vedoucího média, a to i přes rychlý rozvoj internetu a dalších mediálních nosičů a s nimi spojenými možnostmi. Nebezpečný vliv má televize především na děti. Pro ně je „bedýnka s pohyblivými obrázky“ na první pohled zajímavým společníkem. Nicméně, aktivita je pouze z její strany, dítě se stává pasivním divákem. Díky pasivitě a jednostrannosti přestane být pořad pro děti velmi brzy přitažlivý a tak se televizní tvůrci snaží vymýšlet stále nové a nové pořady, které by „přitáhly“ diváky zpět. Dlouhodobé sledování televizní obrazovky v dětech ničí snahu cokoli vymýšlet a tvořit, vede je k pouhé konzumaci. V některých případech se děti uchýlí k televizi, aby nemusely být svědkem hádky rodičů, nebo aby nebyly samy, když jsou rodiče zaneprázdněni. Děti pak sledují všechny pořady, které jsou právě vysílány, ačkoliv pro ně nejsou vhodné.

2.5 Vliv televize na děti z hlediska věkové přiměřenosti

Děti do dvou let televizi v podstatě vůbec nepotřebují, upoutají je jen zvuky a rozeznají věci, které znají ze života kolem sebe. Všimají si též reklamních sloganů. Ve věku od tří do pěti let by měly děti strávit u televizní obrazovky maximálně půl hodiny denně. Lze sem zařadit sledování večerníku, neboť se jedná o krátký pohádkový příběh, vhodný právě pro tuto věkovou kategorii. Dlouhé příběhy nejsou takto malé děti schopné vnímat jako celek. Předškoláci mohou během svých oblíbených pořadů pobíhat, tancovat, hrát si, povídat si, ale to neznamená, že by je nesledovali.

Děti ve věku od šesti do devíti let již dokáží rozlišit fikci a skutečnost. Pravdou ovšem zůstává, že chybí-li komunikace s rodiči a přidá-li se k tomu vliv počítačových her, jsou i některé starší děti schopny fikci a skutečnost zaměňovat či ztotožňovat.

V deseti až třinácti letech by mohly být děti považovány za dospělé z hlediska vnímání vysílaných pořadů. Stále však platí, že se nemohou dívat na jakékoli pořady. Děti rozlišují televizní příběh a realitu, nicméně i v tomto věku se mohou s postavami z televize ztotožňovat a chovat se podle nich.

2.6 Vliv násilí v médiích na vývoj dětí

Růst násilí ve společnosti je z velké části zapříčiněn prezentací násilí dětskému publiku v televizi, ve filmech a videohrách. U dospělé populace je vliv mediálního násilí spíše krátkodobý. Jinak je tomu u dětí, kde zasahuje do vývoje tvořící se osobnosti. Násilné chování si dítě osvojuje od nejranějšího věku. Za kritické období je považován věk mezi 6 – 8 lety. U dětí, které si v tomto věku osvojily násilné postoje a návyky, existuje jen malý předpoklad, že by je v budoucnu měnily. Jak tedy působí pozorování násilí na dítě?

Je-li člověk svědkem scény, kdy někdo někomu ubližuje, kde padají rány, teče krev a hněv či bolest se projevuje v obličejích hrdinů, obvykle to v něm vyvolá intenzivní emoční reakci, ve které převládá odpor, rozhořčení vůči násilníkovi a soucit s obětí. U dítěte může převažovat strach. Časté vystavení podobným scénám může gradovat až k vytvoření necitlivosti, zvědavosti, k posunu v emočním vnímání, a zálibě v násilí. Necitlivý člověk ztrácí soucit s obětí, lehce schvaluje násilí, a má větší sklony stát se sám bezcitným násilníkem.

2.6.1 Násilné chování je naučené

Odborníci, kteří se zabývají problematikou mediálního násilí, se shodují na tom, že násilné chování je chováním naučeným. Když je člověk postaven do situace, kdy se musí nějak zachovat, obvykle sáhne do zásoby předem připravených vzorů chování. Agresivní jedinci mají tuto zásobu obvykle velmi chudou, s převahou násilných řešení. Vzory chování si dítě ukládá do paměti již v dětství prostřednictvím pozorování, napodobování a hry. Pozorované chování pak napodobuje tím, že jej vnáší do dětských her. „Je-li trénink těchto reakcí velmi intenzivní, k čemuž dochází především při hraní počítačových her, může se dokonce reakce na určitý podnět natolik zautomatizovat, že vzniká nebezpečí automatické násilné reakce bez vědomé kontroly v reálných situacích.“ (Vyhnálek, in www.rodina.cz/rubrika/vychova, 2005)

2.6.2 Ochuzení rozumového vývoje

Opakované sledování násilných pořadů v médiích vede k ochuzení rozumového vývoje dítěte zejména svým vlivem na dětskou hru. Ta má prvotní význam pro vývoj všech složek osobnosti dítěte. Dítě se ocitá v bezpečném světě, kde je vše „jenom jako“, prožívá příběhy, učí se používat fantazii. Hra ovlivněná násilnými pořady je málo tvořivá, soustředěná na napodobování násilných úkonů a mimiky hrdinů.

2.6.3 Ohrožení sociálního vývoje

Dítě, které se ke svým vrstevníkům chová agresivně, těžko navazuje přátelství a spolupráci. Takové děti bývají často osamocené, ostatními odmítány. Negativní zkušenosti se sledováním násilných pořadů pak utvrzují jejich vidění světa jako nebezpečného místa, kde neexistuje přátelství a láska,

a kde se uplatní jen s použitím své síly. Vzorce chování si dítě vytváří v době, kdy ještě není schopné dobře rozlišovat mezi realitou a fikcí a kdy nekriticky přijímá to, co v médiích vidí a slyší. Může si tak vytvořit představu, že násilí je vhodný způsob, jak dosáhnout svých cílů. K tomu přispívají především ty pořady, které představují násilí v humorném kontextu, kde jsou násilníci atraktivní hrdinové. (Vyhnálek, 2005)

2.6.4 Televizní násilí pro nejmenší

Lidé se domnívají, že televizní pořady pro nejmenší děti jsou zcela nevinné z hlediska mediálního násilí, neboť se v nich objevuje méně vražd a méně krve. Opak však bývá někdy pravdou. V dětských pořadech je zobrazováno násilí jinou formou než v pořadech pro dospělé. Objevují se zde výprasky, honičky, nadávky, výhrůžky atd. Dětský divák se nepozastaví nad tím, jak je možné, že například animovaná kočka se po pádu z výškové budovy otřepe a její zploštělé tělo nabyde původních rozměrů. Nepřemýšlí ani nad tím, že po ráně kladivem nedochází k žádným následkům. Dochází tak k mylnému pohlížení na okolní svět.

„Děti obojího pohlaví, každého věku, každé rasy, z každé společenské vrstvy, na každém stupni inteligence mohou být nepříznivě ovlivněny sledováním pořadů na obrazovce.“ (Říčan, 1995, strana 19)

2.7 Vliv počítačových her

Počítače jsou v dnešní době normální součástí života dětí. Poskytují dítěti interaktivní zábavu i možnost snadného získání informací prostřednictvím internetu. Děti v kontaktu s počítačem totiž nejen vyhledávají a zpracovávají textové či grafické informace, ale také na počítači vyřizují elektronickou poštu, chatují, hrají hry. Dnes již existují internetové stránky, které děti samy vytváří,

popřípadě do nich zasahují. Pozitivní vliv na děti mají také didaktické hry, využívané i ve školství, které rozvíjí logické myšlení, paměť, rozhodování a spoustu dalších kladných vlastností. Logické a strategické hry rozvíjí myšlení, simulační hry pak rychlost reakcí a zručnost. Hráči počítačových her mají až o třetinu lepší zrakové vnímání. Počítačová gramotnost se poměrně rychle zvyšuje. Děti se učí práci s počítačem již na 1. stupni základních škol.

Používání počítačů nemá jen své kladné stránky. Existuje zde hlavně nebezpečí působení negativního vlivu na děti prostřednictvím počítačových her. Počítačové hry nejvíce ohrožují děti do 12 let. Ty ještě nemají zcela rozvinutou schopnost odlišit reálnou a symbolickou rovinu obsahu. Čím realističtěji je hra zpracována, tím obtížnější je toto odlišení. Informace získané ve hře může považovat za pravdivé, odpovídající reálnému životu. Nejprůběžnějším typem počítačových her je virtuální realita. Hraním takovéto hry dítě vstoupí doslova „dovnitř“ obrazovky. Obrazovku má přímo na očích prostřednictvím speciálních brýlí. Dítě je s počítačem propojeno tak, že to co vidí, se mění podle toho, jak otáčí hlavou a hýbe celým tělem. Dětský hráč se hraním těchto her dostává do jiného světa, prožívá jakýsi „sen“. Z těchto technických snů se pak nerad vrací zpět do skutečnosti. Časem na děti hra působí téměř jako droga.

Významnou úlohu při přejímání agresivního chování hraje mechanismus identifikace. Dítě se identifikuje s postavou počítačové hry, ve svých představách se pak stává silným a neporazitelným. Ztotožnění se záporným hrdinou jej může natolik ovlivnit, že změní své chování vůči svému okolí a může tak být například více agresivní.

2.8 Soap opera – falešná realita

Mýdlová opera (anglicky *soap opera*) je rozhlasový nebo televizní seriál s velkým počtem dílů, který se zabývá většinou mezilidskými vztahy. Převážně jde melodramatické příběhy pro ženy v domácnosti.

Ironické označení „mýdlová opera“ vznikl ze spojení mezi seriály a jejich hlavními sponzory, kterými původně byly společnosti vyrábějící prací prášky a kosmetické přípravky. Propagace sponzorů byla dříve obsažena přímo v textu: Například „*miláčku, dnes odpoledne půjdu do města, kde ve Vodičkově ulici v obchodě pana Kratochvíla koupím vynikající Hromádkovo mýdlo, které tak úžasně voní*“. Velice často se jména a výrobky sponzorů objevují přímo ve filmovém záběru, kdy objektiv kamery zaostří více daný objekt, než postavu samotnou. Slovo „opera“ se vztahuje k hudbě, která významně doprovází jednotlivé scény seriálu. Je zde využívána podobně jako v operetě či opeře.

První mýdlové opery byly vysílány v první třetině dvacátého století v amerických rozhlasových stanicích. Stopáž prvních dílů zpravidla nepřesahovala patnáct minut. S nástupem televize se přesunuly na televizní obrazovky a velmi rychle se staly jednou z hlavních součástí programového schématu komerčních televizí. Staly se vůbec první televizní zábavou. Mýdlové opery se rozdělily na denní (*daytime*) mýdlové opery vysílané v dopoledních hodinách se zaměřením na ženy v domácnosti a večerní (*primetime*) mýdlové opery vysílané v hlavním večerním čase. V České republice se tento žánr objevil po roce 1989.

Pro klasickou mýdlovou operu jsou charakteristické následující znaky:

1. Příběhy jsou smyšlené, jednoduché, dramatické až melodramatické.

2. Děj nerespektuje plynutí času. Seriál často bývá nekonečný. Je vysílán do té doby, pokud si udrží přízeň diváků.
3. Jednotlivé díly na sebe pravidelně navazují. Mají společné postavy a prostředí.
4. Podobnost dějových schémat je vysoká (ztracené či zaměněné děti, milostný trojúhelník, láska mladého páru, alespoň jeden záporný hrdina, náhle objevení zemřelé osoby, ztráta paměti, šťastný konec).
5. Důraz je kladen na současná témata, jako je rodinná problematika, politická situace apod. Rodina tvoří mytické centrum, které představuje smyšlený ideál.
6. Pravidelní diváci získávají silný vztah k postavám seriálu a herci často bývají s postavami doživotně spojováni.

Mýdlové opery se na televizní obrazovce ujaly po celém světě. Hlavní produkce stále zůstává ve Spojených státech, ale populární jsou i v jiných částech světa, především v Mexiku, Argentině, Brazílii, Venezuele, Peru apod. ve formě tzv. telenovel.

V čem vlastně spočívá falešná realita těchto seriálů? Tento žánr je vlastně určitým druhem lži, pohádkou, která se tváří jako realita. Osudy hlavních hrdinů lidi dojmají, a naopak diváci odsuzují ty, kteří jim nejsou sympatičtí. Obdivují krásu, půvab a dokonalost seriálových žen a sílu a mužnost jejich protějšků. Sledováním seriálu unikají ze všednosti jejich vlastních životů, v nichž zdaleka není vše tak krásné, pohádkové a dokonalé. Pro mnohé lidi se pak tento typ pořadu může stát náhražkou skutečného života.

Pro představu je uveden příklad ze skutečnosti, kdy mladá dívka byla zamilována do stejně starého chlapce, který její lásku opětoval. Byla však pod vlivem své oblíbené telenovely, kterou denně sledovala, a očekávala tak chování svého chlapce přesně podle vzoru chování hlavního hrdiny ze zmíněného seriálu. Tvrdě byla poté vystavena realitě, když její očekávání nebylo naplněno. Jestliže se dívce nepodaří sundat z očí pomyslné růžové brýle, které jí nasadilo právě sledování mýdlových oper, nikdy se nevymaní z náručí falešné reality.

2.9 Identifikace s kladným hrdinou

Moment identifikace (ztotožnění s hrdinou) je jedním z nejmocnějších ideově výchovných prostředků, který působí velkou silou na dětského diváka. Také v období puberty je kladný hrdina výchovným prostředkem pro hledání životní orientace a životních vzorů. Hledat nového hrdinu, lidský i pracovní vzor, s nímž by se mladý divák mohl ztotožnit, znamená hledat příběhy a konflikty, které jsou doprovodným znakem výrazné pracovní a společenské angažovanosti.

V dnešní době spočívá problém v tom, že média předkládají kladné hrdiny pouze z určitých druhů odvětví, jako jsou například lékaři (např. Ordinance v růžové zahradě) právníci (např. Světla pasáže), policisté (např. Kobra 11) a zcela zapomínají na dělnické profese (hrdina – soustružník, zedník, konstruktér). Mladí lidé nejsou motivováni těmito profesemi, což má později nepříznivý vliv na zaměstnanost. Jestliže v médiích chybí tento typ kladného hrdiny, dětský divák nemá možnost prožívat s ním příběhy, vcítit se do jeho starostí a radostí, nedochází tudíž k ztotožnění, a tím upadá zájem o tyto profese.

2.10 Pozitivní vliv médií

Velice často je masovým médiím kladeno za vinu, že mají negativní vliv nejen na děti a mládež, ale také na dospělou populaci. Tisk i vysílací média jsou obviňována, že oslabují hodnotovou stabilitu společnosti, narušují mateřský jazyk, nabízejí společensky nepřijatelné vzory. Namnoze jsou tato obvinění pravdivá, ale je spíše otázkou, zda lidé budou média chápat jako hybatele těchto změn, nebo naopak jako jeden z projevů přerodů, které se odehrávají hluboko ve společnosti.

Média vstupují v podstatě do veškerých životních situací od navazování partnerských vztahů (mladí lidé si často pro svou první schůzku vybírají kino) přes výchovu dětí (televize a později počítač se stává "třetí babičkou", která dokáže dítě zaujmout a na chvíli k sobě připoutat), politické a spotřební rozhodování (předvolební a komerční reklamní kampaň), náplň volného času až po nabídku partnerského života v těžkých situacích osamělosti, v nemoci a stáří. Média poskytují kontakt s blízkým i vzdáleným světem, předvádějí chování v nových i měnících se společenských rolích. Nejen svými obsahy, ale svou samotnou existencí ovlivňují náš každodenní život. Média nás provázejí na každém kroku. Míra mediatizace - tedy prostoupení života společnosti i jednotlivce médii - je zřejmě nejvyšší za celou dobu existence člověka.

Přes všechna negativa mají média také pozitivní vliv a poslání v našem světě. Lidská komunikace je bez podpory technických zlepšení výrazně omezena v čase a prostoru. Média umožňují člověku překonávat velké prostorové vzdálenosti (v tomto smyslu je mobilní telefon jen dokonalejší variantou posla nebo poštovního holuba), popřípadě zachovávat sdělení v čase. Možnost překonávat velké vzdálenosti a uchovávat sdělení je tak samozřejmou,

že její případné oslabení či selhání chápeme jako ztrátu (což dokazuje například reakce na výpadky sítí mobilních telefonů, nelibost vyvolávaná změnou televizního programu, zmatek způsobený nedodáním novin). Média mohou nahradit společenské činnosti a společenské instituce a tím měnit jejich povahu. Reálné lidské aktivity nahrazuje kontakt s médii (např. dětskou hru nahrazuje hra na počítači). Již považujeme za samozřejmost, že při řízení automobilu posloucháme rádio, že cestou do práce autobusem, metrem či tramvají čteme noviny a časopisy, na televizi se díváme při večeři a že do divadla nám může během představení přijít SMS o výsledku sportovního utkání. Média také významně vstupují například do ekonomického života společnosti. Nabízejí značné množství pracovních míst a poskytují poměrně velkému počtu lidí výdělek. Dalším kladným znakem je i skutečnost, že média přispívají k posilování mezilidských kontaktů nabídkou témat a podnětů ke konverzaci, vytvářejí srozumitelné pole odkazů, které přeměňuje nepřehlednou a nejednoznačnou realitu ve známé, srozumitelné prostředí.

(Jirák, in www.rvp.cz, 2005)

3 MEDIÁLNÍ VÝCHOVA

Život v současné moderní společnosti je neodmyslitelně svázán s masovými médii. S nadsázkou lze říci, že to, co o světě víme, nám zprostředkovala právě média. Jejich existence vnáší do života společnosti nový masivní rozměr komunikace, tzv. medializaci. Stále více společensky významných komunikačních aktivit (ekonomické, politické, osvětové, zábavní i umělecké) se odehrává prostřednictvím médií, s jejich aktivní účastí. Podstata, průběh a důsledky této aktivní účasti nejsou na první pohled zřejmé, a je tedy stále důležitější usilovat o pochopení jednání masových médií. Sdělení, která jsou médii nabízena, mají různorodý charakter, vyznačující se velmi osobitým

vztahem k přírodní i sociální realitě a jsou vytvářena s odlišnými záměry. Správné vyhodnocení těchto sdělení vyžaduje značnou průpravu. Je nutné na ně pohlížet ze dvou hledisek: z hlediska záměru jejich vzniku (informovat, přesvědčit, manipulovat, pobavit) a z hlediska jejich vztahu k realitě (věcná správnost, logická argumentační stavba, hodnotová platnost). Člověk se tak učí orientovat se alespoň základním způsobem ve světě médií, v jeho vnitřních zákonitostech, může si nejen vybudovat určitou sebeobranu před bezvýhradnou důvěrou mediálnímu sdělení, ale naučí se s médii pracovat tak, aby mu byla k užítku. O to se pokouší „Mediální výchova“, která aplikuje poznatky z teorie mediálních studií a výzkumů médií na praktickou průpravu především mladých generací.

Je třeba upozornit na chybnou definici pojmu mediální výchovy. Mediální výchova není naukou o tvorbě mediálního obsahu, ale naukou o tom, jak obsahu správně rozumět. Jejím cílem je upozornit na základní postupy a triky, jakých se v médiích užívá. Mediální výchova by měla ukázat, co všechno ovlivňuje výsledné sdělení a kvůli čemu nemůže být nikdy stoprocentně objektivní.

3.1 Mediální gramotnost

Mičienka, Jiráček (2006, strana 12) definují mediální gramotnost jako „soubor poznatků a dovedností potřebných pro orientaci v málo přehledné a neprůhledně strukturované nabídce mediálních produktů, které vytvářejí prostředí, v němž se současný člověk pohybuje. To znamená, že mediální gramotnost je tvořena:

- a) poznatky na jedné straně potřebnými pro získání kritického odstupu od médií, na druhé straně umožňujícími maximální

využití potenciálu médií jako zdroje informací, kvalitní zábavy, aktivního naplnění volného času apod.

- b) dovednostmi dovolujícími a usnadňujícími tento kritický odstup i maximální kontroly vlastního využívání médií.“

Mediální gramotnost bývá také definována jako série komunikačních kompetencí, které zahrnují schopnost vyhledávat, analyzovat, hodnotit a dále předávat informace v nejrůznějších formátech. Nezáleží na tom, zda se jedná o informace v tištěné, elektronické nebo digitální podobě či zda je získáváme z novin, rozhlasu, televize nebo internetu.

Mediální gramotnost zahrnuje:

- základní poznatky o fungování médií (vlivu vlastnictví, výrobních postupech apod.),
- základní poznatky o společenské roli médií v minulosti a současnosti,
- propojení poznatků o společnosti a jejím politickém a sociálním uspořádání s poznatky z historie, užití mateřského jazyka apod.,
- znalost mediálních produktů, jejich uspořádání a pravidelnosti (žánrové typy, stereotypizace, zaujatost). Zejména se jedná o schopnost určit typ nabízených sdělení, posoudit jejich věrohodnost a vyhodnotit jejich komunikační záměr.

V dnešní době je prakticky vyloučené osvojení si mediální gramotnosti spontánně, intuitivně, bez systematizace získávaných poznatků, jejich ověřování a rozvíjení. Na dosažení této kompetence se podílí tradiční oblasti

vzdělávání (jazyk a jazyková komunikace, příprava k občanství, dějepis apod.), a také specializované výchovně-vzdělávací aktivity jako je **mediální výchova**. (Mičienka, Jirák, 2006)

3.2 Vývoj mediální výchovy

Historie mediální výchovy spadá do druhé třetiny 17. století, kdy žil Jan Ámos Komenský. Považoval noviny za významný zdroj poučení a přemýšlel o jejich využití ve škole. Ve svém díle (Škola pansofická) vyžadoval, aby čtení novin bylo zařazeno do výuky. Zároveň byl prvním autorem, který se pokusil o výklad role médií ve společnosti.

Dějiny mediální pedagogiky se však začínají počítat od nástupu masových médií ve druhé polovině 19. století. První mediální pedagogika, jenž vznikla spolu s nástupem těchto médií, byla svým zaměřením spíše „ochranná“ a orientovala se na obranu příjemce, především dětí a mládeže, před ohrožením jejich mravů a morálky. Mediální pedagogové formulovali své první teorie upozorňující na negativní rysy médií. Sdělovacím prostředkům, zejména filmu, pedagogové vyčítali, že vytváří fikční svět, jenž je v rozporu se skutečností, že masová zábava vede k rozpadu kulturních společenských hodnot a že může především v dětském divákovi vzbuzovat agresivitu. V době druhé světové války se média stali, zvláště v Německu, nástrojem ideologie. Masová média plnila jediný cíl a tím byla výchova veřejnosti k důvěře v nastolenou politickou moc a její ideje. (Bína, 2005)

Hlavní impulsy pro rozvoj mediální výchovy se objevily po druhé světové válce. V prvé řadě to byla snaha vyrovnat se se špatnou zkušeností s médii a úspěchem goebbelsovské propagandy v meziválečném a válečném období. Běžnou součástí výuky mateřského jazyka se stalo čtení novin a rozborů zpráv.

Význam mediální výchovy pro německou společnost dokládá též bohatá tradice mediální pedagogiky jako samostatného oboru, jenž rozvíjí metody mediální výchovy a vede výzkum médií, zaměřený zejména na vliv médií na psychiku a chování dětí a dospívajících.

Dalším podnětem pro rozvoj mediální výchovy byla komercializace médií (zvláště televize) v 50. a 60. letech v USA a pronikání této komercializace do evropského prostředí od sklonku 70. let. Americké výzkumy odhalily, že nastupující generaci dělá stále větší potíže rozeznat v televizním vysílání zpravodajskou informaci od reklamního sdělení. To byl závěr, který přiměl rodiče k vyvíjení tlaku na školy, aby úpravou obsahu výuky tomuto trendu čelily. V Evropě nebyla až do sklonku 70. let komercializace televizního vysílání zdaleka tak silná (díky monopolu státních a veřejnoprávních médií), a tak se zde rozvíjela mediální výchova pomaleji. Po roce 1989 posílil trend ke komercializaci mediální produkce. Vzrostl počet obav spojených s důsledky masivní mediální produkce: nárůst násilných obsahů, popírání některých tabu (zvláště sexuálních), rozvoj interaktivních médií (počítačů, počítačových her, přenosných přehrávačů apod.). S přibývajícimi obavami rostl také požadavek mediální výchovy ve většině zemí světa. Dnes lze najít mediální výchovu jako součást všeobecného vzdělávání v USA, Africe, Asii (včetně Austrálie, Oceánie a Nového Zélandu) a v Evropě. (Mičienka, Jiráček, 2006)

3.3 Současný stav mediální výchovy na školách

Až do 90. let 20. století se mediální pedagogika rozvíjela především v západní Evropě a německy mluvících zemích, v nichž se média po druhé světové válce vyvíjela v liberálním prostředí. V dnešní době zažívá česká mediální scéna jeden ze svých vrcholů, jenž se projevuje kromě jiného diskusemi o veřejnoprávnosti či průniku tzv. reality show do českých médií.

Nastává doba, kdy je potřeba se naučit analyzovat, co nám média říkají, nikoliv je jen pasivně sledovat. Učitelé a žáci jsou základní cílovou skupinou, mediální pedagogika se však nemůže vyhnout ani dalším sociálním skupinám, např. seniorům, lidem s nižším vzděláním apod.

3.3.1 Mediální výchova a Rámcový vzdělávací program

V současné době je mediální výchova zařazena jako průřezové téma do Rámcového vzdělávacího programu (RVP), který vydal Výzkumný ústav pedagogický v Praze. V RVP je mediální výchova zahrnuta do výchovy k občanství, k jazykové a literární přípravě a historii, a také k biologii člověka.

„Průřezové téma Mediální výchova v základním vzdělávání nabízí elementární poznatky a dovednosti týkající se mediální komunikace a práce s médii. Média a komunikace představují velmi významný zdroj zkušeností, prožitků a poznatků pro stále větší okruh příjemců. Pro uplatnění jednotlivce ve společnosti je důležité umět zpracovat, vyhodnotit a využít podněty, které přicházejí z okolního světa, což vyžaduje stále větší schopnost zpracovat, vyhodnotit a využít podněty přicházející z médií.“ (RVP, 2005, str.102)

Mediální výchova je zaměřena na soustavné vytváření kritického odstupu od mediálních sdělení a na schopnost interpretovat mediální sdělení z hlediska jeho informační kvality. Propojení se vzdělávací oblastí Jazyk a jazyková komunikace se týká především vnímání mluveného a psaného projevu, jeho stavby, nejrůznějších typů obsahů a uplatňování výrazových prostředků. Mediální výchova má vést ke schopnosti využít jazykovědné poznatky při rozvoji kritického čtení textů. Díky propojení oblasti informační a komunikační technologie se žák naučí využívat tištěných i digitálních dokumentů jako zdrojů informací. Ve výuce historie či dějepisu může mediální

výchova poskytnout žákům poznatky o souvislostech mezi vývojem médií a vývojem moderních společností.

RVP (2005, strana 103) uvádí tyto přínosy průřezového tématu k rozvoji osobnosti žáka:

a) „V oblasti vědomostí, dovedností a schopností průřezové téma:

- přispívá ke schopnosti úspěšně a samostatně se zapojit do mediální komunikace,
- umožňuje rozvíjet schopnost analytického přístupu k mediálním obsahům a kritického odstupu od nich,
- umožňuje pochopení cílů a strategií vybraných mediálních obsahů,
- vede k osvojení si základních principů vzniku významných mediálních obsahů (zvl. zpravodajských),
- vytváří představu o roli médií v každodenním životě v regionu (v lokalitě),
- rozvíjí komunikační schopnost, zvláště při veřejném vystupování a stylizaci psaného a mluveného textu,
- přispívá k využívání vlastních schopností v týmové práci,
- přispívá ke schopnosti přizpůsobit vlastní činnost potřebám a cílům týmu.

b) V oblasti postojů a hodnot průřezové téma:

- rozvíjí citlivost vůči stereotypům v obsahu médií i způsobu zpracování mediálních sdělení,
- vede k uvědomování si hodnoty vlastního života (zvláště volného času) a odpovědnosti za jeho naplnění,
- napomáhá k uvědomění si možnosti svobodného vyjádření vlastních postojů a odpovědnosti za způsob jeho formulování a prezentace.“

3.4 Půdorys mediální výchovy

Problematiku fungování, obsahů, vlivů a role ve společnosti médií je možné shrnout do několika bodů, jež představují základní půdorys mediální výchovy:

- a) Svět v médiích nemusí být vždy reálnou „kopií skutečnosti“. Sdělení v médiích jsou výsledkem stanovených výrobních procesů. Základními procesy jsou zjednodušení, zestručnění, vytřídění a podřízení nějakému účelu. Účely mohou být různé a nejsou vždy zřejmé na první pohled.
- b) Příjemci jsou aktivní uživatelé, kteří si vybírají, co z mediální nabídky použijí. Média se snaží tento výběr ovlivnit tím, že nabízejí obsahy přijatelné pro velký počet lidí.
- c) Média se podílejí na utváření veřejného (politického a kulturního) života, pomáhají naplnit volný čas lidí a spoluvytvářejí jejich životní styl.

- d) Média nabízejí různé druhy obsahů (od zpravodajství přes časopisy až po televizní seriály), které mají tendenci se opakovat a vytvářet si zásobu vlastních jazykových prostředků.

- e) Média jsou sociální institucí, která má svou strukturu, své dějiny a svá stanovená pravidla fungování. (Mičienka, Jirák, 2006)

Cílem mediální výchovy není to, aby žáci uměli profesionálně zacházet s videokamerou či nahrát rozhovor, ale aby bezpečně poznali, do jaké míry byl rozhovor, který natočil někdo jiný, nějak upraven, a kdy zůstal v nezměněné podobě, resp. do jaké míry mohou žáci důvěřovat tomu, co v rozhovoru vidí či slyší.

3.5 Metodika a náplň mediální výchovy

Mediální výchova na úrovni základního vzdělávání obsahuje základní poznatky a dovednosti, které se týkají médií a mediální komunikace. Tematické okruhy mediální výchovy se člení na okruhy receptivních činností (tj. kritická interpretace existujících médií) a produktivních činností (tj. vlastní mediální produkce). Oba postupy se mohou vzájemně doplňovat a směřovat k dosažení výchovných a vzdělávacích cílů. To znamená, že hlavní cíle mediální výchovy je možné naplnit jak receptivním, tak produktivním přístupem.

Prostřednictvím **receptivních činností** se žáci naučí lépe nakládat s projevy mediální produkce. Jedná se zejména o tyto činnosti:

- kritické čtení, poslouchání a pozorování mediálních sdělení
(utváření kritického přístupu ke zpravodajství a reklamě; rozlišování zábavních prvků ve sdělení od informativních a společensky významných, chápání podstaty mediálního sdělení, objasňování jeho cílů a pravidel),
- vysvětlení vztahu mediálních sdělení a reality
(různé typy sdělení, jejich rozlišování a jejich funkce, rozdíl mezi reklamou a zprávou, identifikace společensky významných hodnot v textu a zjednodušení mediálních sdělení, opakované užívání prostředků např. ve zpravodajství, reklamě i zábavě),
- sledování stavby mediálních sdělení
principy uspořádání a sestavování zpravodajství a jejich identifikace, pozitivní principy (význam a užitečnost), příklady stavby a uspořádání mediálních sdělení (například v časopisech pro děti),
- vnímání autora mediálních sdělení
(výběr a kombinace slov, obrazů a zvuků z hlediska záměru a hodnotového významu),
- sledování vlivu a fungování médií ve společnosti
(faktory ovlivňující média, způsoby financování médií, vliv médií na každodenní život, společnost a kulturu, role filmu a televize v životě dětí),

Produktivní činnosti se vztahují na vytváření jednoduchých mediálních sdělení a sestavování vlastní mediální produkce. Jedná se o tyto činnosti:

- práce ve školním médiu (časopise, rozhlase, internetové stránce, blogu) (komunikace a spolupráce v týmu),
- příprava vlastních příspěvků (výběr výrazových prostředků pro tvorbu vhodných sdělení),
- úprava textů určených ke zveřejnění (redigování příspěvků),
- reprezentace školního média na veřejnosti.

3.6 Metody mediální výchovy

Metody používané při výuce mediální výchovy vychází především z metod interaktivní výuky. Mičienka, Jirák (2006, strana 18) uvádí tyto základní metody:

„Analýza textu (ukázky)

Metoda je založená na analýze nějakého konkrétního textu (článku, zprávy) nebo ukázky (reklamy, zpravodajské relace apod.). Vede žáky k samostatnému přemýšlení a především k diskusi o různých pohledech na stejný materiál. Vhodnou pomůckou při takové analýze jsou pracovní listy, ve kterých naleznou žáci otázky či vodítka, čeho si mají všimnout a na jaké aspekty se zaměřit.

Práce v malých skupinkách

Aktivita malých skupin umožňují žákům rozvíjet jejich dovednosti spolupráce i další důležité sociální dovednosti. Tyto aktivity jim mohou také pomoci naučit se konfrontovat rozdílné názory – učí se pravidlům spolupráce a rozvíjet vlastní komunikační dovednosti, vnímat společně rozdílné názory a naopak hledat cesty k řešení problémů.

Diskuse

Žáci se učí rozhodovat, zaujímat stanoviska, obhajovat své vlastní názory a přijímat za ně odpovědnost. Osvojují si ale i sociální dovednosti – schopnost empatie, zvládání konfliktů i přijímání kompromisů.

Strukturovaná diskuse (deliberace)

Představuje formu diskuse, ve které učitel postupuje podle stanoveného scénáře. Jako její základ slouží výchozí text o nějakém kontroverzním tématu. Žáci vyhledávají argumenty pro a proti a prezentují je ostatním. Na závěr se snaží shodnout se v diskusi na společných závěrech.

Brainstorming

Podporuje žáky, aby používali svou představivost a kreativitu. Pomáhá nalézt řešení velkého množství nejrůznějších problémů. Metoda spočívá ve volném prezentování nápadů, postřehů a asociací k přednesenému problému nebo pojmu. Nápady učitel ani žáci nehodnotí, pouze se zapisují. Na závěr se o nápadech diskutuje, vyhodnocují se, třídí a shrnují.

Škálování (názorová škála)

Metoda vhodná při diskusi o kontroverzních tématech. Žáci se v ní seznámí s postoji nebo přístupy ostatních ke sporné otázce. Jejich úkolem je vyjádřit svůj postoj umístěním do místa na škále, které se nejvíce blíží jejich vlastnímu

názoru. Pro tuto metodu jsou vhodná kontroverzní témata, jež se vyznačují protikladnými (extrémními) pozicemi.

Hraní rolí

V této metodě žáci přemýšlejí a jednají v určených rolích a hrají konkrétní situace vztahující se k probíranému tématu. Tím, že se prakticky ztotožní s rolí, kterou hrají, učí se přemýšlení v „kůži druhého“ a empatii, hledají podklady pro argumenty postavy, kterou by třeba sami ve skutečnosti nechápali. Hraní rolí umožňuje rozvíjení představivosti a kritického myšlení, podporuje vyjadřování názorů a pomáhá rozvíjení empatie.

Volné psaní

Metoda založená na uvolnění myšlenek. Tato aktivita rozvíjí vyjadřovací schopnosti, umožňuje lepší pochopení souvislostí či komplikovanosti popisovaného pojmu. Žáci píšou po vymezenou dobu samostatně myšlenky, které se jim vybavují v souvislosti se zadaným tématem. Formulují je do celých vět.“

3.7 Role učitele v mediální výchově

Vliv učitele na dítě je zpravidla mnohem slabší než vliv rodiny. Existují však případy, kdy vynikající učitel „přemůže“ i velmi nepříznivé rodinné prostředí. Takového učitele pak dítě miluje, vidí v něm svůj vzor a vzpomíná na něj celý život. Úloha učitele ve výchově je i při průměrném výkonu obrovská, neboť každý den ovlivňuje velký počet žáků. Totéž platí pro výchovu k rozumnému užívání médií. Při mediální výchově může učitel využít mnoho nápadů, způsobů a postupů, jak žáky zasvětit do světa médií. Může využít některé z následujících rad:

- Zaměřit se na to, aby žáci byli schopni orientovat se v záplavě informací, které média vysílají ze všech stran, a naučili se je správně využívat.
- Přemýšlet o tom, jak zařadit různá média a mediální obsahy do výuky svého předmětu, aby se mediální výchova nestala pouze doménou jednoho či dvou vyučovacích předmětů nebo jednorázovým projektem.
- Vycházet ze zkušeností žáků a hovořit s nimi o tom, co viděly, četly nebo slyšely. Tím se rozvíjí jejich jazykové schopnosti a podporuje kritičnost. Snažit se odhalit lež v kýchli a ukazovat rozdíly mezi kýchlem a uměním.
- Srovnávat mediální produkty s realitou. V akčních filmech se častokrát předvádějí naprosto nereálné souboje. Příkladem může být hrdina, který po několika úderech, které by ve skutečnosti člověka zabily nebo aspoň vážně zranily, vstane a bojuje dál. Dětský divák zde ztrácí měřítko a může dokonce podcenit i závažnost vlastního násilného jednání. Učitel by tedy měl hovořit s žáky o tom, jaké triky se používají při natáčení. Děti, které dovedou odhalit filmové triky akčních pořadů, mají jakési „protilátky“, a nedají se tak snadno strnout tím, co vidí.
- Opatrně hodnotit odpovědi žáků, především u témat, která se pro vyjádření negativního postoje nabízejí (násilí v médiích, reality show apod.). Vůči pornografii je nejlepší zbraní vyjádřit pohrdání humorným tónem a zdůraznit o kolik těžší a dražší je vytvořit umělecké dílo nebo i jen slušnou zábavu.
- Zapojit žáky do tvorby médií. Při tvorbě školního časopisu, případně vysílání školního rozhlasu získají představu o tom, jak média fungují

a co všechno ovlivňuje podobu mediálních výstupů. Dobrým přínosem pro mediální výchovu je také „živá ukázka“ mediální práce, ať už ve formě exkurze do mediálních institucí, tak návštěva novináře, redaktora či jiných odborníků přímo ve výuce.

- Zřídit videotéku s kazetami pro široké věkové rozpětí, ze které se budou půjčovat dětem i rodičům kvalitní kazety. Učitel by ji však měl využívat pouze tam, kde je to funkční. Ve školách se rozmohlo užívání obrazovky jako „suplenta“. Také v mateřských školách někdy televize nahrazuje hru nebo jiné zaměstnání, které bývá pro pedagoga náročnější.
- Přiznat se, pokud učitel zjistí, že žáci mají s některými mediálními technologiemi větší zkušenosti on sám.

3.7.1 Ukázka vyučovací hodiny

Téma vyučovací hodiny: Co sledovat v televizi

Cíl vyučovací hodiny:

Žáci by měli získat představu o tom, jak se vytváří programová schémata. Měli by přemýšlet, proč jsou zařazovány určité pořady v určitých časech a porozumět, jak souvisí cílová skupina určitého pořadu se zařazením reklamy.

Časové rozvržení:

1 – 2 vyučovací hodiny

Pomůcky:

Pracovní list, televizní program

1. Úvod

Organizace:

- práce v lavicích
- diskuse na koberci

Každý žák obdrží kopii televizního programu na jeden den. Úkolem žáků bude zvážit své časové možnosti, své kroužky a jiné záliby a aktivity a rozhodnout, jaký jeden pořad by v tento den sledovaly. Vybraný pořad zakroužkují. Poté žáci jednotlivě prezentují svůj výběr a společně o něm diskutují.

2. Co sledovat v televizi

Organizace:

- využití prostoru celé třídy
- vyhodnocení na koberci

Učitel zahájí tuto část krátkým výkladem. Zdůrazní, že každý program má svou cílovou skupinu, pro kterou je zajímavý a které je určen. Při vytváření programu je tedy nutné zvážit, kdy je která cílová skupina přítomna u televize. Jedině v ten správný čas může určitý pořad svou skupinu oslovit (např. není vhodné vysílat pohádku pro děti pozdě večer, když už spí, nebo naopak úspěšný film ve všední den dopoledne, když jsou dospělí v zaměstnání apod.).

Učitel rozdělí žáky do skupin po třech. Zástupce každé skupiny si vysoluje jednu z následujících cílových skupin, kterou bude jeho skupina reprezentovat.

1. matky na mateřské dovolené (s dětmi mezi 1. – 3. rokem věku)
2. lidé v důchodu (nad 60 let)
3. otcové (30 – 40 let)

Každá skupina obdrží pracovní list. Na něm jsou otázky a úkoly, na které bude skupina odpovídat. Jejich prvním úkolem je uvažovat o cílové skupině, kterou reprezentují (např. co dělá, jaké má zájmy a jak se jejich skupina chová). Poté napíše své myšlenky do pracovních listů. Najdou zde například otázky typu: „Co dělá cílová skupina během celého den?“, „Napište tři pořady, které cílová skupina sleduje!“. Žáci si také rozmyslí a napíše odpověď na otázku: „Jaké tři výrobky by mohly vaši cílovou skupinu zajímat?“ Po vypracování úkolu, prezentují jednotlivé skupiny své výsledky ostatním spolužákům.

3. Kam patří reklama

Organizace:

- práce v lavicích
- práce v kruhu na koberci – formou hry

Učitel žákům vysvětlí, jak závisí zařazení reklamního spotu se sledovaností pořadu určitou cílovou skupinou. Například může uvést, že reklamní spot na dětskou panenku či autíčko bude zařazen do vysílání pro děti a nikoliv do hlavního vysílací času (tj. od 20.00 hodin).

Žáci se rozdělí do stejných tříčlenných skupin. Každá skupina dostane televizní program. Jejich úkolem bude rozhodnout, kam zařadí reklamní spoty na tři výrobky, které uvedli do pracovního listu, z hlediska největšího zájmu o ně jejich cílovou skupinou. Svůj výběr odůvodní.

Žáci utvoří kruh a posadí se na koberec. Učitel má připravené kartičky s různými výrobky a službami (např. hračky, zdravé potraviny, léky na nemocné klouby, dětské pleny, stavební spoření, služby bank apod.). Ukazuje kartičky žákům. Žáci mají za úkol najít nejvhodnější čas nebo pořad

pro vysílání reklam na tyto výrobky nebo služby. Zároveň se snaží definovat cílovou skupinu zákazníků, pro kterou je výrobek určen.

4. Diskuse

Organizace:

- práce v lavicích

Učitel společně s žáky zhodnotí závěr celé vyučovací hodiny (popř. dvou vyučovacích hodin). Zamyslí se nad těmito otázkami:

- Co jsme se dnes naučili?
- Co můžeme říci o televizním programu?
- Jak nás ovlivňuje televizní reklama?
- Jak vliv má zařazování programů na způsob našeho života?

3.8 Mediální výchova v rodině

Kromě učitele, který na děti působí v rámci mediální výchovy, jsou to také rodiče, kteří by měli ukázat svým dětem, jak mocná média dokáží být. Právě s nimi tráví děti hodně svého volného času. Jestliže rodiče nechtějí, aby se jejich děti „utopily“ v záplavě sdělení, která média denně produkují, musí je s médii seznámit a musí je naučit o nich přemýšlet. Čím dříve zjistí, jak snadno lze manipulovat obrazem i slovem, tím větší bude šance, že dokáží odlišit vlastní názor od názoru překládaného médii. Otázkou ovšem zůstává, jak to udělat. Vypnout televizi, prodat rádio a přestat chodit do kina? To by byla chyba. Přestože nám média nabízí zkreslený obraz okolního světa, jsou pro nás zdrojem informací i zábavy.

Pavel Říčan a Drahomíra Pithartová (1995) uvádí několik cenných rad, jak se podílet na mediální výchově v rodině.

- Určit sobě i dětem maximální počet hodin, který týdně strávíte sledováním televize. Optimální doba je do pěti hodin týdně. Deset hodin je limit pro dospělého. Patnáct hodin lze jen výjimečně překročit v době nemoci nebo za jiných mimořádných okolností. Batolat do tří let je vhodné „pustit“ jen každodenní večerníček. Předškolákům přidáme navíc pohádku a snímky z přírody.
- Učit děti vybírat televizní program. Častou chybou zapnout televizor, když zrovna máme chuť se dívat. Zapnutý televizor působí jako magnet, i špatný pořad náš něčím zaujme. Je třeba naplánovat sobě a do jistého věku i dětem, co se bude sledovat.
- Učit děti vypínat nevhodný pořad. Jestliže pořad nesplní jejich očekávání, je třeba se něj odpoutat a televizor vypnout.
- Vybírat vhodné počítačové hry. Při některých hrách se děti zábavnou formou učí pracovat s počítačem i nevědomky rozšiřuje své znalosti (např. didaktické hry). Rodiče však musí dát pozor na to, aby počítač dítěti nenahradil kamaráda.
- Nenechávat se omezovat zapnutým televizorem v restauraci, v dálkovém autobuse, v letadle apod. Naučit děti protestovat a žádat o vypnutí.
- Koupit video či DVD přehrávač. Vypůjčovat si kazety (nebo DVD), které jsou pro děti vhodné. Velké množství pořadů lze nahrát z televize „do zásoby“, vyměňovat nahrávky se známými atd.

- Koupit nebo si občas vypůjčit videokameru a naučit s ní děti zacházet. Tato činnost obsahuje psychologický podtext. Děti se přesvědčí, že televizní obrazovka nepředstavuje „vyšší svět“, že ony samy mohou určovat, co na ní bude.
- Zakazovat nevhodné pořady, vytvářet si autoritu. Skutečná rodičovská autorita je hlavní podmínkou úspěšného vyřešení vztahu rodiče versus dítě versus obrazovka. Dítě musí pochopit, že pokud mu rodiče nedovolí dívat se na určitý televizní pořad, mají k tomu své dobré důvody.
- Nejmenší děti nenechávat před obrazovkou samotné.
- Hned po skončení určitého pořadu si o něm s dítětem povídat, vyprávět, co jsme viděli. Rozhovor, mimo jiné, obohacuje slovní projev dítěte.
- Občas se s dětmi podívat i na dobrou rodinnou podívanou jako jsou nekýčové filmy určené dospělým. Školní, dokonce i předškolní děti někdy takové filmy velmi rády sledují přestože nerozumějí ději jako celku. Rodiče jim neznámé jevy vysvětlí, čímž se posiluje rodinná pospolitost.

3.9 Aktuální pořady s pozitivním vlivem na děti a mládež

ČESKÁ TELEVIZE

Česká televize je z právního hlediska povinna zařazovat do vysílání pořady pro děti a mládež. V současné době jsou aktuální tyto pořady s pozitivním vlivem na děti a mládež.

- Angličtina pro nejmenší – dětský jazykový kurz
- Bludiště – soutěžní pořad
- Byl jednou jeden objevitel – Francouzský animovaný seriál
- Byl jednou jeden...vynálezce – Francouzský animovaný seriál
- Exit 316 – magazín pro mládež
- Hřiště 7 – země pohádek
- Kostičky – dětská encyklopedie s klaunem a písničkami
- Kouzelná školka - pohádky a povídaní pro nejmenší
- Medúza – hudební hitparáda
- Návštěva v ZOO
- Odhalené souvislosti – témata ze školní biologie dané do souvislosti s nejnovějšími výzkumy vědeckých pracovišť
- Pětka od Zellera – hudební hitparáda,
- Pomáhejme si – pořad o dětech, které potřebují pomoc
- Sezame, otevři se II – vzdělávací seriál pro děti
- Šikulové – tvořivý pořad
- Tykadlo – diskusní pořad
- Věda je zábava II – Australský naučný cyklus
- Věříš si? – soutěžní pořad
- Videoatlas naší přírody – přírodopisný seriál

- Záhady Toma Wizarada – cyklus výprav českou minulostí plné tajemství a vzrušujícího dobrodružství!
- Zpívánky

Kostičky - hravá encyklopedie pro předškolní děti

Kostkáč je barevný klaun, který provází děti světem dospělých pomocí her, písniček, říkadél a dětské fantazie. Děti se dozvídají řadu informací, např. o řemeslech, ekologii, materiálech, zvířatech, rostlinách, základech společenského chování, dopravních pravidlech, apod.

Moudronos – hravá encyklopedie pro děti školního věku

Volné pokračování Kostiček, oblíbeného seriálu dětí z mateřských školek. Pořad nabízí to, co v uzavřeném prostoru učebny učitel nemůže - cestovat prostorem a časem. Klade důraz na mezipředmětové vztahy a souvislosti. Moudronos je klaun, který bere děti z prvních až třetích tříd na různé cesty spojené se zkoušením, hledáním a objevováním něčeho nového.

Angličtina pro nejmenší

Základy angličtiny s papouškem a dalšími animovanými postavičkami. Základ každého dílu kombinovaného kurzu Angličtina pro nejmenší, který je určen především dětem, tvoří kreslený seriál z produkce BBC English „Muzzy in Gondoland“. V pohádkové zemi se děti setkávají s postavičkou Velkého Muzzyho, s králem, královnou, princeznou, zahradníkem a dalšími hrdiny, kteří příběh provází.

Bludiště

Dynamická, vědomostní a zábavná soutěž nejen pro „teenagery“, v níž dvě soutěžní družstva prokazují své znalosti, šikovnost, obratnost a smysl pro humor v recesistických a akčních disciplínách. Cílem soutěžního družstva je vylouštění tajenky a poté boj o ceny.

EXIT 316

Magazín pro mládež

Planetu Zemi navštívili dva andělští novináři, kteří mají za úkol připravit pro nebeskou televizi reportáž o životě pozemských lidí.

Hřiště 7

Hřiště 7 je jedním z nejmladších komponovaných pořadů České televize. Jedná se o pásmo pohádek a seriálů pro celou rodinu! Hřiště 7 je nekonečným hracím prostorem, místem pro zábavu všeho druhu, místem k setkávání (holky i kluci, umělci, sportovci i vědci). Děti se zde setkávají se svými oblíbenými plyšovými kamarády Jů a Hele.

Kouzelná školka

Kouzelná školka je inspirativním pořadem pro děti předškolního věku. Důraz je kladen na jemnost, „hladivost“ a především srozumitelnost nejmenším divákům (3-6 let). Cílem pořadu je děti zaujmout, navázat s nimi dialog a povídat si o světě, který vidí kolem sebe, seznamovat je se základními etickými hodnotami a přitom jim nebrat dětství. Pomocí her v nich rozvíjet jejich fantazii. Pořad je doplněn dvěma až třemi pohádkami, z nichž jedna je vždy zahraniční proveniencí a druhá z tradiční české školy. Pořad je vysílán čtyřikrát týdně.

Medúza

Jde o hitparádu domácích a zahraničních klipů. Diváci mohou hlasovat prostřednictvím telefonu nebo internetu. Mohou se také podílet na vysílání živými vstupy do pořadu pomocí telefonu.

Superpomeranč

Dvacet šest minut reportáží o životním stylu, adrenalinových sportech, nových technologiích, akcích, osobnostech, zběsilostech apod. Pořad je určen

starším dětem. Za novými nápady a hosty vyjíždí tým SuperPomeranče do různých koutů Česka.

Pomáhejme si

Pořad o dětech, které potřebují pomoc a o těch, kteří jim pomáhají. Základní smysl pořadu spočívá v integraci handicapovaných a zdravých dětí, v posilování významu vzájemné pomoci a v nalézání řešení problémů všech dětí. Důraz je kladen na to, aby se pořad stal rovnocenným partnerem dětí, který se snaží poradit nebo dodat sil. Pořad je určen divákům od osmi do čtrnácti let. Trvá 15 minut a je tlumočen do znakové řeči.

Sezame, otevři se II

Oblíbený vzdělávací seriál pro děti. Je přímo zaměřen na program, který by se dal nazvat "škola hrou". V seriálu se střídají loutkové a živé výstupy. Děti provází plyšové postavičky Ernieho, Berta, Žabáka Kvaka, Bohouše, Elma, Keksíka a Počtáře se všemi radostmi i stesky, písničkami a různými zážitky. Během pořadu se děti podívají po světě a dozví se spoustu zajímavých „novinek“ (např. pojmy nahoře a dole, části těla, apod.). Seriál je v současné době vysílán ve více než 160 zemích světa, každý rok je obnovován a aktualizován.

Šikulové

Pořad pro všechny zvědavé a šikovné děti. Moderátoři hravým způsobem představují nenáročné výrobky a názornými ukázkami pomáhají dětem s jejich výrobou. Předměty mohou sloužit pro zábavu, k dekorativnímu použití nebo jako dárky.

Tykadlo

Tykadlo je dětský diskusní pořad na určité téma (například rovnoprávnost, předsevzetí, vlastenectví, manželství apod.), který je určen dětem z 5 – 6 tříd.

Děti se dotýkají jak problémů svých, tak dospělých a jasně a otevřeně sdělují svůj pohled na dnešní svět. Štáb České televize vyjíždí za dětmi do základních škol po celé republice. Pořad moderuje Zora Jandová.

Věříš si?

Zábavně-naučná soutěž pro odvážné chlapce a dívky. Soutěž prověřuje jejich vědomosti, dovednosti, pohotovost úsudku i dobrou kondici. Soutěž dává prostor pro využití nových médií, neboť závěrečná soutěžní disciplína spočívá ve vítězství v reálné virtuální hře.

Moderuje: Marta Ondráčková.

TV NOVA

Vzhledem k tomu, že se tato komerční televize svými pořady zaměřuje na cílovou skupinu diváků ve věku 15 – 54 let, typicky dětské pořady či filmy nejsou její prioritou. Tomu také odpovídá vysílací schéma. Pořady pro děti a mládež pravidelně vysílá jen v sobotu a v neděli v časných ranních hodinách v podobě animovaných seriálů. Jen mimořádně zařadí do vysílání dětské filmy, a to v období svátků, prázdnin apod.

Jediný pořad, který je určen především teenagerům, a který lze částečně dětem doporučit je hudební hitparáda Eso. Z pořadů pro dospělé lze jen částečně doporučit vědecko-populární zábavný pořad Clever, který by mohl být dětem v určitých částech přínosný pro jejich vzdělávání. Dále jsou stručně charakterizovány zmiňované pořady:

Eso

Hudební pořad, ve kterém soutěží domácí i zahraniční videoklipy na základě své popularity. V každém kole soutěží jedenáct klipů. Diváci

(včetně dětí) hlasují prostřednictvím telefonu pro postup svého oblíbeného interpreta do dalšího kola.

Clever

Vědecko-populární zábavný pořad se soutěžními prvky za účasti celebrit. Skládá se ze dvou částí. První část se odehrává ve studiu, kde hosté debatují o fyzikálních i jiných zákonech a principech, na nichž fungují věci kolem nás. Druhá část je zábavně experimentální, kde jsou demonstrovány pokusy, související se základními fyzikálními, chemickými i jinými zákony.

PRIMA TV

Televize Prima v současné době nevysílá žádné pořady pro děti a mládež, s výjimkou animovaných seriálů od 7.30 do 8.00 hodin.

Mediálně však podporuje tyto partnery:

- Konto Bariéry – Nadace Charty 77
- Kapka naděje
- Nadace Naše dítě
- Nadace Terezy Maxové
- Unicef

II. PRAKTICKÁ ČÁST

1. VÝZKUMNÉ ŠETŘENÍ

1.1 Cíl výzkumného šetření

Praktická část této diplomové práce je tvořena výzkumným šetřením. Cílem šetření bylo zjistit, jaký vztah mají děti a mládež k masovým médiím, například jaká média upřednostňují, kolik volného času tráví jejich využíváním, který pořad se těší jejich oblíbenosti. Dále bylo zjišťováno, jaký je postoj rodičů k užívání médií dětmi, zda je podporují, nebo naopak zakazují. Nedílnou součástí šetření bylo rovněž zjistit, kteří mediální hrdinové se stávají dětskými vzory a do jaké míry se s nimi děti ztotožňují.

1.2 Realizace výzkumného šetření

Výzkum byl uskutečněn ve čtyřech základních školách v Českých Budějovicích. Byly vybrány školy z těchto oblastí Českých Budějovic:

Centrum:

- Základní škola Kubatova, Kubatova 1, České Budějovice, 370 04
- Základní škola Dukelská, Dukelská 11, České Budějovice, 370 01

Sídliště:

- Základní škola Oskara Nedbala, O. Nedbala 30, České Budějovice, 370 05

Okraj Českých Budějovic

- Základní škola Nové Hodějovice, Novohradská 115, České Budějovice, 370 08

Na výzkumu se podílelo osm tříd. Osloveni byli žáci pátých ročníků. Jednalo se o chlapce a dívky ve věku 10 – 13 let. Celkem se zúčastnilo 170 respondentů, z toho 81 chlapců a 89 dívek.

1.3 Forma výzkumného šetření

Výzkumné šetření bylo provedeno anonymně formou vytvořeného dotazníku. Dotazník tvoří dvě strany formátu A4 a čtrnáct následujících otázek:

- 1) Jaké přístroje máš doma? Máš televizor ve svém pokoji?
- 2) Kolik hodin denně trávíš u televizoru po škole?
- 3) Kolik hodin denně trávíš u televizoru o víkendu?
- 4) Jaká je tvoje nejoblíbenější televizní stanice?
- 5) Díváš se na televizi po 20. hodině?
- 6) Zakazují ti rodiče některé televizní pořady? Pokud ano, uveď které a proč.
- 7) Na které televizní pořady se díváš nejčastěji? Pořady, které uvedeš, označuj stupnicí 1 – nejlepší až 5 – nejhorší.
- 8) Jaký je tvůj nejoblíbenější televizní pořad, film nebo seriál? Napiš, čím tě zaujal.
- 9) Posloucháš rádio? Pokud ano, kterou stanici?
- 10) Co čteš nejraději?
- 11) Hraješ rád počítačové hry? Pokud ano, které hry se ti nejvíce líbí?
- 12) Máš možnost dostat se k internetu? Pokud ano, co nejčastěji vyhledáváš?

13) Jaký je tvůj nejoblíbenější hrdina z televize, časopisu, knihy, počítačových her nebo rádia? Napiš, čím tě zaujal.

Chtěl(a) bys být jako tvůj hrdina?

14) Jak trávíš svůj volný čas?

V úvodu dotazníku je krátké oslovení žáků se sdělením cíle výzkumu. Žáci zde uvedli název své základní školy, svůj věk a pohlaví. První stranu dotazníku tvoří sedm otázek, které jsou věnovány výhradně televizi. Druhou stranu tvoří otázky zabývající se širším okruhem médií, například rozhlasem, tiskem, internetem. Poslední otázka zjišťuje volný čas dětí a mládeže. V dotazníku byly použity zjišťovací a doplňovací otázky. V závěru je poděkování žákům za pomoc a pravdivé vyplnění dotazníku.

1.4 Vyhodnocení výzkumného šetření

Při vyhodnocování výzkumného šetření byly sečteny všechny odpovědi žáků v jednotlivých otázkách. Přesné odpovědi respondentů byly zaznamenány do souhrnné tabulky. Tato tabulka byla dále rozčleněna do dílčích tabulek, ze kterých byly vypracovány grafy s výsledky vyhodnocení výzkumu. Byly vypracovány tři druhy grafů – skupinový sloupcový, skupinový pruhový a výsečový s grafickým efektem. Graf zachycuje celkové vyhodnocení otázky. V dílčích tabulkách lze sledovat počet jednotlivých odpovědí žáků na otázky v různých třídách a školách. Pro lepší názornost uvádíme v této práci obě možnosti vyobrazení výsledků u každé otázky.

U vyhodnocení každé otázky jsou zobrazeny minimálně tři grafy. První z nich se vždy týká výsledků odpovědí ze všech dotazovaných respondentů. V několika případech za ním následuje graf s upřesněním dané otázky rovněž ze všech dotazovaných respondentů. Dále jsou vypracovány jednotlivé grafy vždy zvlášť pro chlapce a pro dívky, doplněny dílčími tabulkami.

V dílčí tabulce jsou uvedeny následující zkratky zastupující dotazované školy:

K I, K II – ZŠ Kubatova

ON I, ON II – ZŠ Oskara Nedbala

NH – ZŠ Nové Hodějovice

D I, D II, D III – ZŠ Dukelská.

Římská čísllice za velkým písmenem od sebe odlišuje jednotlivé páté třídy na daných školách. Veškeré hodnoty v tabulkách a grafech jsou uváděny v celých číslech a udávají počet odpovědí na danou otázku.

Hypotéza:

Vzhledem k situaci v naší společnosti, která je plná ziskuchtivých médií s cílem získat co nejvíce nových uživatelů, lze předpokládat, že je médii velkou měrou ovlivněna také mladá populace. Výzkumné šetření přinese zajisté některá pozitiva, avšak celkový výsledek bude spíše negativní.

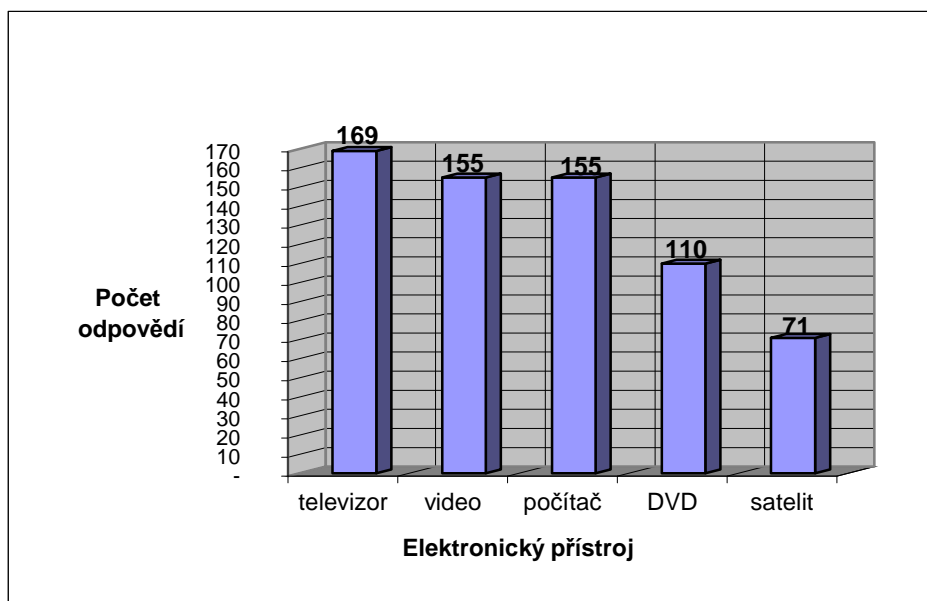
Otázka č. 1

Jaké přístroje máš doma?

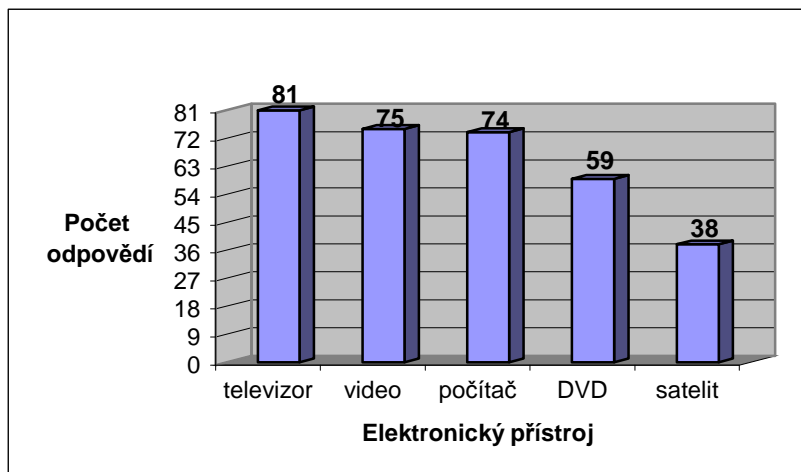
PŘEDPOKLAD:

V dnešní době je samozřejmostí vlastnit televizor. Je proto součástí každé rodiny. Tři čtvrtiny respondentů vlastní videorekordér. Polovina respondentů vlastní počítač a třetina DVD. Vybavenost domácností elektronickými přístroji je stejná u chlapců i dívek.

Graf 1: Přístroje v domácnosti

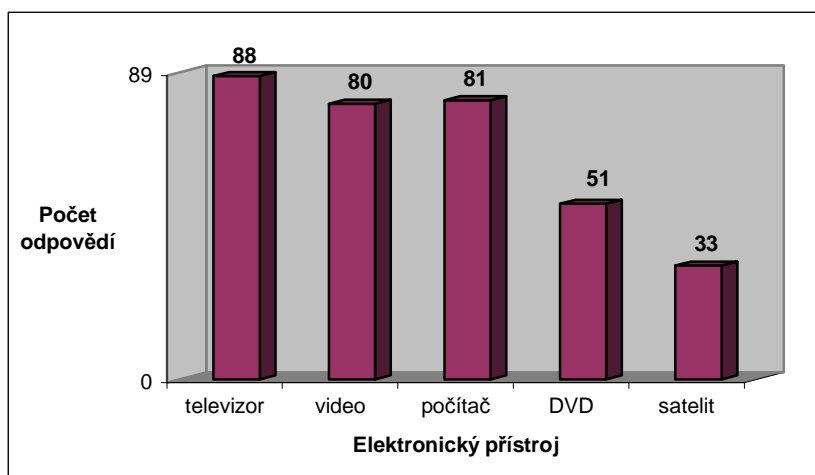


Graf 2: Přístroje v domácnosti - chlapci



Chlapci	K I	K II	ON I	ON II	NH	D I	D II	D III	Celkem
televizor	9	15	9	14	8	7	15	4	81
video	8	14	8	12	8	7	14	4	75
počítač	9	15	9	11	8	5	13	4	74
DVD	5	13	7	9	5	5	13	2	59
satelit	4	10	3	6	3	1	10	1	38

Graf 3: Přístroje v domácnosti - dívky



Dívky	K I	K II	ON I	ON II	NH	D I	D II	D III	Celkem
televizor	13	8	13	12	5	14	4	19	88
video	12	7	13	10	5	14	4	15	80
počítač	14	8	10	12	4	12	4	17	81
DVD	6	6	9	5	3	7	3	12	51
satelit	4	6	4	4	2	7	2	4	33

VYHODNOCENÍ PŘEDPOKLADU:

Televizor vlastní kromě jedné dívky všichni respondenti. Je pozoruhodné, že zmíněná dívka pochází z centra Českých Budějovic a nikoli z okrajové části, kde by se dala absence televizoru snáze pochopit. V otázce uvádí jen vlastnictví počítače.

Vysokých hodnot dosahují odpovědi video a počítač. V souhrnném hodnocení zaujímají stejný výsledek, tj. 155 odpovědí, což tvoří 91 % všech odpovědí. Rozdíly mezi chlapci a dívkami jsou jen nepatrné.

Více než polovina všech dotazovaných domácností již vlastní DVD přehrávač nebo DVD rekordér. Z výsledků je patrné že, toto médium zažívá velký rozmach na našem trhu. DVD má doma téměř 73 % chlapců a 57 % dívek. Satelit se vyskytuje v domácnostech u méně než poloviny všech chlapců i dívek.

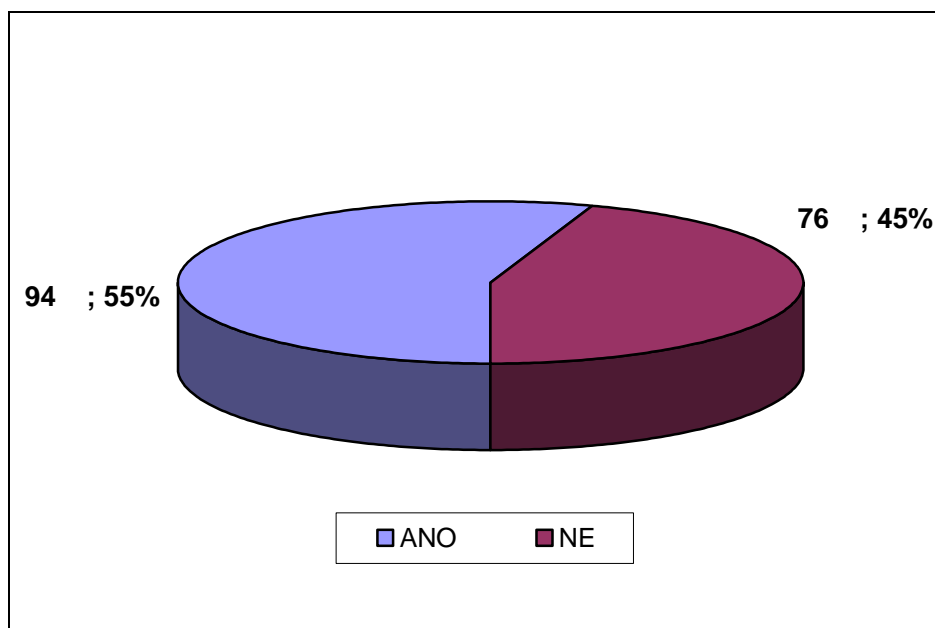
Podotázka k otázce č. 1

Máš televizor ve svém pokoji?

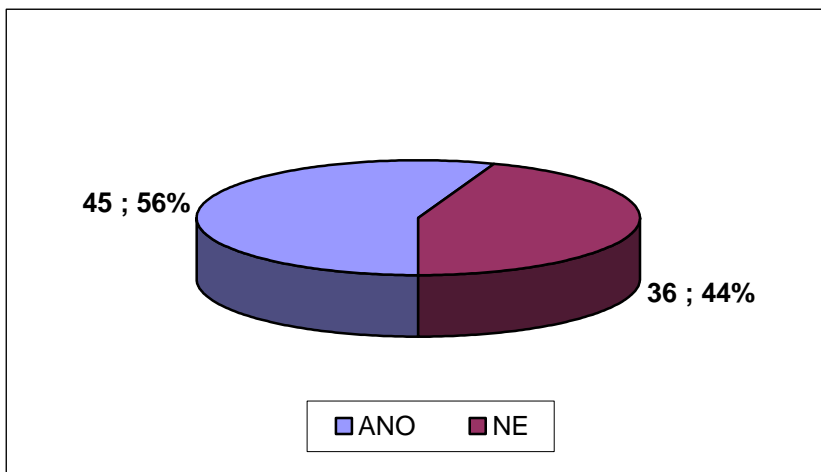
PŘEDPOKLAD:

Vlastní televizor má v dětském pokoji zhruba 35 % dívek i chlapců.

Graf 4: Televizor ve vlastním pokoji

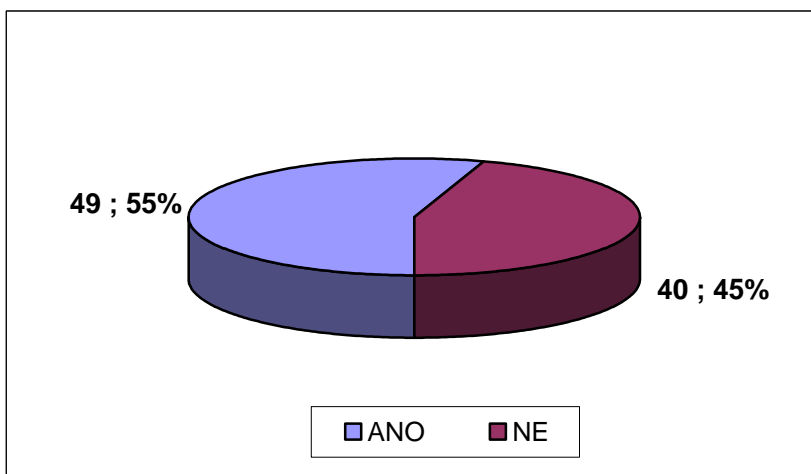


Graf 5: Televizor ve vlastním pokoji - chlapci



Chlapci	K I	K II	ON I	ON II	NH	D I	D II	D III	Celkem
ANO	4	7	6	7	3	5	11	2	45
NE	5	8	3	7	5	2	4	2	36

Graf 6: Televizor ve vlastním pokoji - dívky



Dívky	K I	K II	ON I	ON II	NH	D I	D II	D III	Celkem
ANO	6	6	8	4	2	11	3	9	49
NE	8	2	5	8	3	3	1	10	40

VYHODNOCENÍ PŘEDPOKLADU:

Z grafů je patrné, že televizor ve svém pokoji má k dispozici více než polovina dotazovaných respondentů, konkrétně 55 % žáků. Při rozdělení dle pohlaví se procento nemění. Z toho vyplývá, že přítomnost televizorů v dětských pokojích nezáleží na pohlaví dítěte.

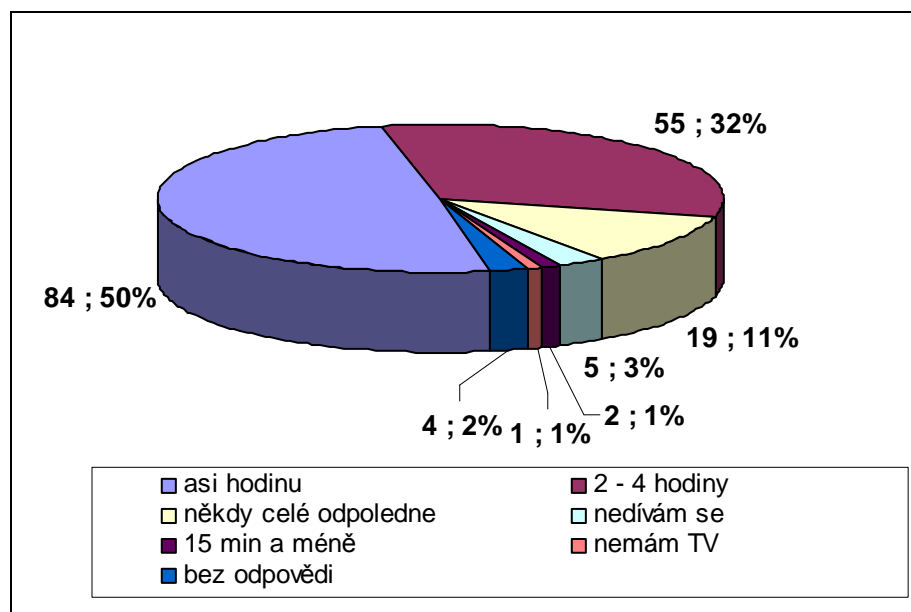
Otázka č. 2

Kolik hodin denně trávíš u televizoru po škole?

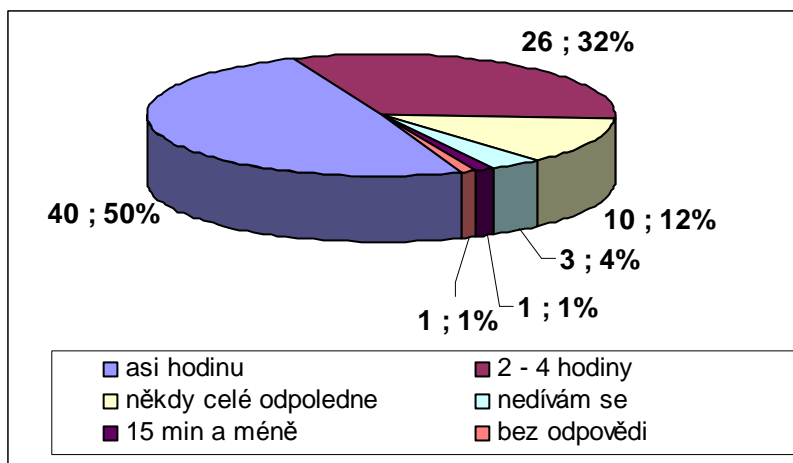
PŘEDPOKLAD:

Děti stráví u televizoru více než dvě hodiny denně. Děti žijící ve městě stráví u televizoru více času, než děti z okrajových částí města. Doba strávená před televizními obrazovkami u chlapců i dívek je přibližně stejná.

Graf 7: Sledování TV po škole

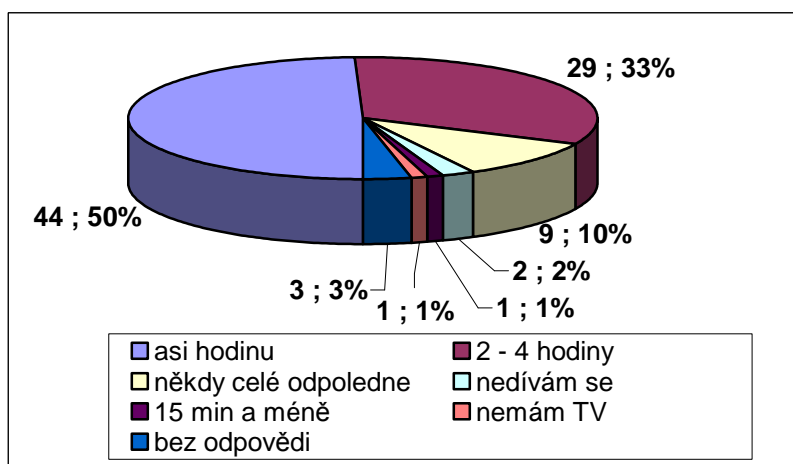


Graf 8: Sledování TV po škole - chlapci



Chlapci	K I	K II	ON I	ON II	NH	D I	D II	D III	Celkem
asi hodinu	6	5	4	6	2	3	11	3	40
2 - 4 hodiny	3	6	2	3	4	3	4	1	26
někdy celé odpoledne	-	3	1	3	2	1	-	-	10
nedívám se	-	-	1	2	-	-	-	-	3
15 min a méně	-	-	1	-	-	-	-	-	1
bez odpovědi	-	1	-	-	-	-	-	-	1

Graf 9: Sledování TV po škole - dívky



Dívky	K I	K II	ON I	ON II	NH	D I	D II	D III	Celkem
asi hodinu	5	4	7	8	2	7	1	10	44
2 - 4 hodiny	4	4	6	3	3	2	2	5	29
někdy celé odpoledne	1	-	-	1	-	4	1	2	9
nedívám se	1	-	-	-	-	-	-	1	2
15 min a méně	-	-	-	-	-	-	-	1	1
nemám TV	1	-	-	-	-	-	-	-	1
bez odpovědi	2	-	-	-	-	1	-	-	3

VYHODNOCENÍ PŘEDPOKLADU:

Přesná polovina dotazovaných respondentů věnuje sledování televize po škole asi jednu hodinu denně. 55 žáků, tj. 32% dotazovaných, stráví u televize 2 – 4 hodiny denně. 11 % žáků věnuje televizi celé odpoledne. Z výzkumného šetření je zřejmé, že ve městě děti sledují televizi více, než žáci z příměstských částí, což je dáno možnostmi ostatního vyžití. Potvrdilo se, že poměr sledovanosti televize u chlapců a dívek je stejný.

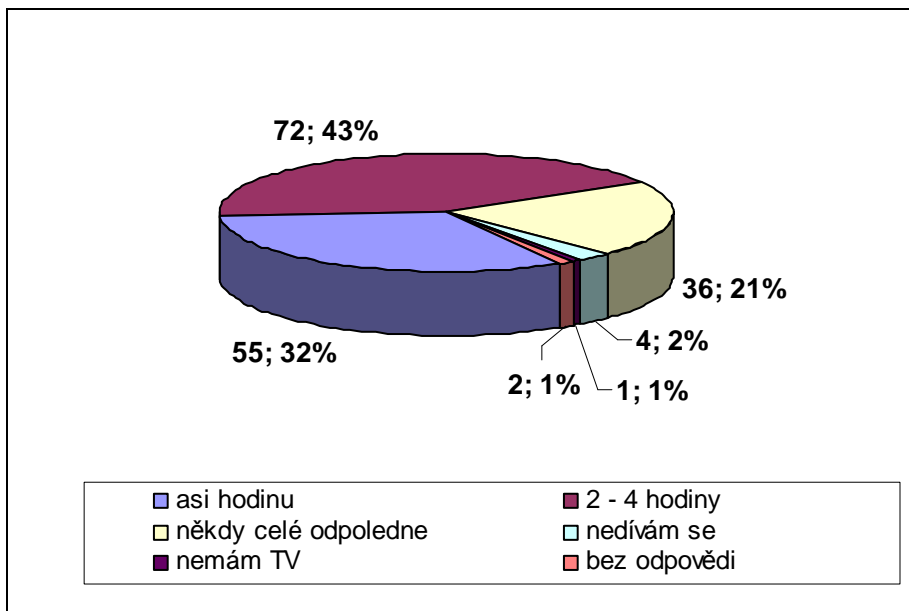
Otázka č. 3

Kolik hodin denně trávíš u televizoru o víkendu?

PŘEDPOKLAD:

Vzhledem k tomu, že o víkendu nabízí televizní stanice větší množství zábavných pořadů již od rána, a že děti mají více volného času, je procento sledovanosti u všech respondentů vyšší, než-li ve všední dny.

Graf 10: Sledování TV o víkendu



VYHODNOCENÍ PŘEDPOKLADU:

72 všech žáků, což činí 43 % dotazovaných, stráví u televizorů o víkendu dvě až čtyři hodiny. 32 % žáků se dívá asi hodinu denně a 21 % žáků sleduje televizi celé dopoledne. 4 žáci uvedli, že o víkendu nesledují televizi vůbec. U chlapců a dívek se procenta liší jen velmi málo. Dvě až čtyři hodiny sleduje televizi 45 % všech chlapců a 41 % všech dívek. Celé odpoledne stráví u televize větší počet chlapců, kdežto pouhou hodinu má zapnutý televizor větší počet dívek.

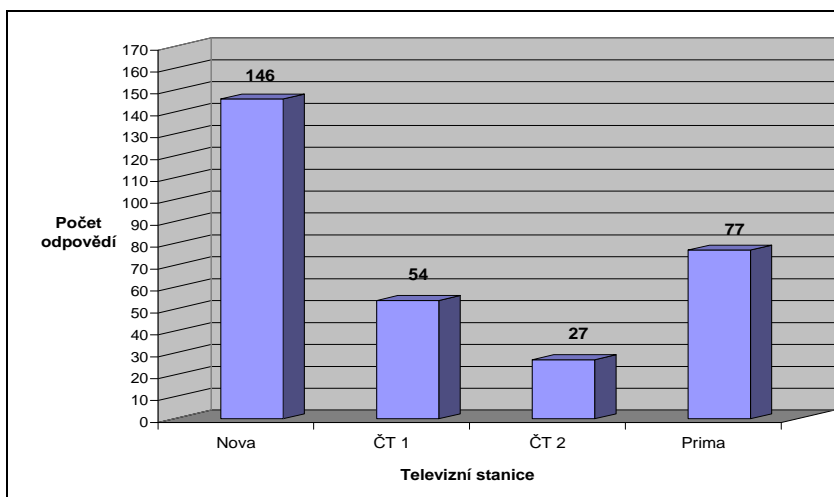
Otázka č. 4

Jaká je tvoje nejoblíbenější televizní stanice?

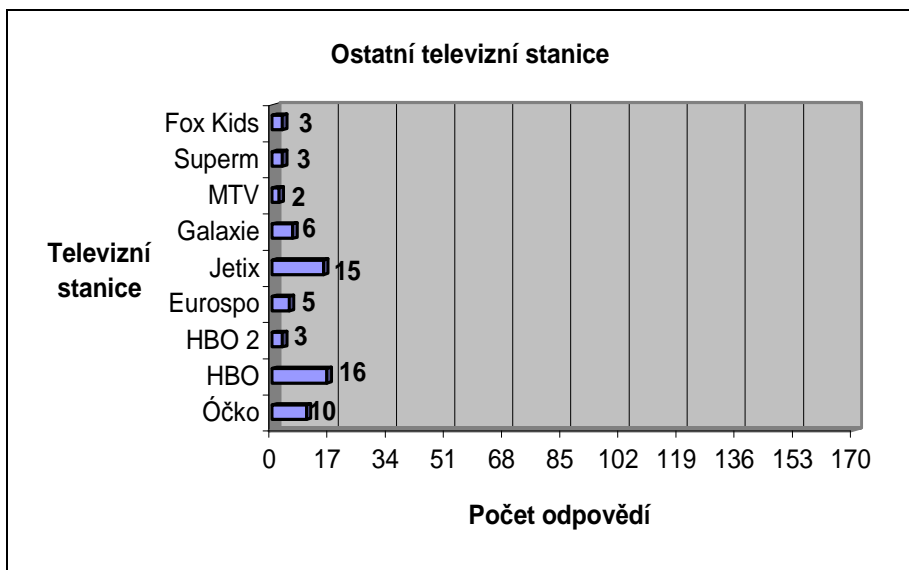
PŘEDPOKLAD:

Nejoblíbenějšími televizními stanicemi jsou TV NOVA a TV Prima, jelikož vysílají pořady, od kterých očekávají vysokou sledovanost. Televizní stanice ČT 1 a ČT 2 děti příliš nesledují. Ostatní televizní stanice (satelitní a kabelové) nebudou mít zřejmě vysokou sledovanost, neboť se jedná o placené televizní stanice a nejsou všem dostupné. Chlapci sledují více stanici NOVA, dívky TV PRIMA.

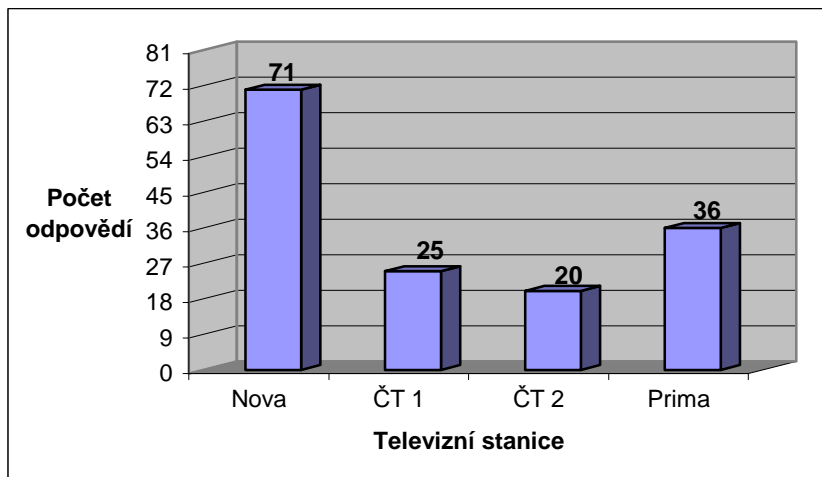
Graf 13: Oblíbenost televizních stanic



Graf 14: Ostatní televizní stanice

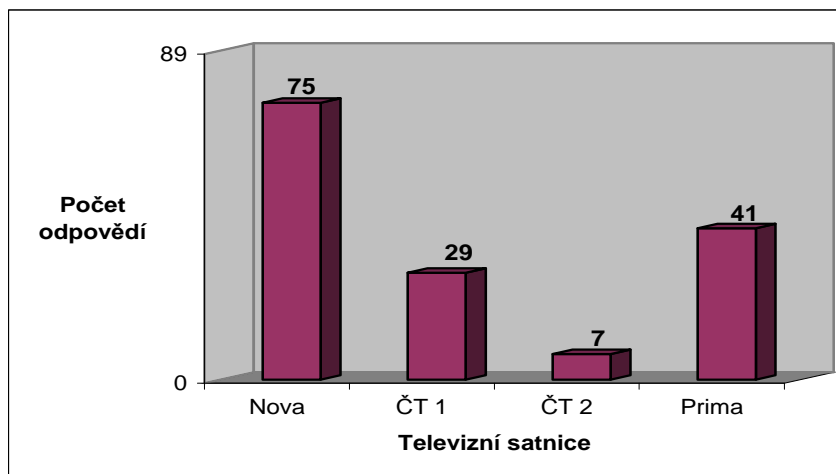


Graf 15: Televizní stanice – chlapci



Chlapci	K I	K II	ON I	ON II	NH	D I	D II	D III	Celkem
Nova	9	11	9	12	7	7	12	4	71
ČT 1	4	6	2	6	2	1	4	-	25
ČT 2	1	5	1	7	2	1	3	-	20
Prima	3	7	6	9	4	2	5	-	36

Graf 16: Televizní stanice - dívky



Dívky	K I	K II	ON I	ON II	NH	D I	D II	D III	Celkem
Nova	12	8	12	10	-	11	4	18	75
ČT 1	7	2	1	5	-	2	-	12	29
ČT 2	2	1	-	1	1	2	-	-	7
Prima	6	3	6	8	1	6	1	10	41

VYHODNOCENÍ PŘEDPOKLADU:

Jak se dalo předpokládat, sleduje většina všech žáků, tj. 146, televizní stanici NOVA. Na druhém místě se umístila s počtem 77 žáků TV PRIMA. Televizní stanici ČT 1 uvedlo 54 žáků a ČT 2 pouhých 27 dotazovaných. Z ostatních televizních programů stojí za zmínku jen HBO, Jetix a Óčko, které uvedlo jen 16, 15 a 10 žáků.

Ani v tomto případě nejsou rozdíly mezi chlapci a dívkami nijak velké. Obě pohlaví upřednostňují televizi NOVA. Jediný rozdíl se objevuje u televizní stanice ČT 2. Zde výzkumné šetření zaznamenalo větší sledovanost chlapců než dívek.

Jetix – televizní stanice pro děti.

Óčko – hudební televizní stanice

HBO – filmová televizní stanice

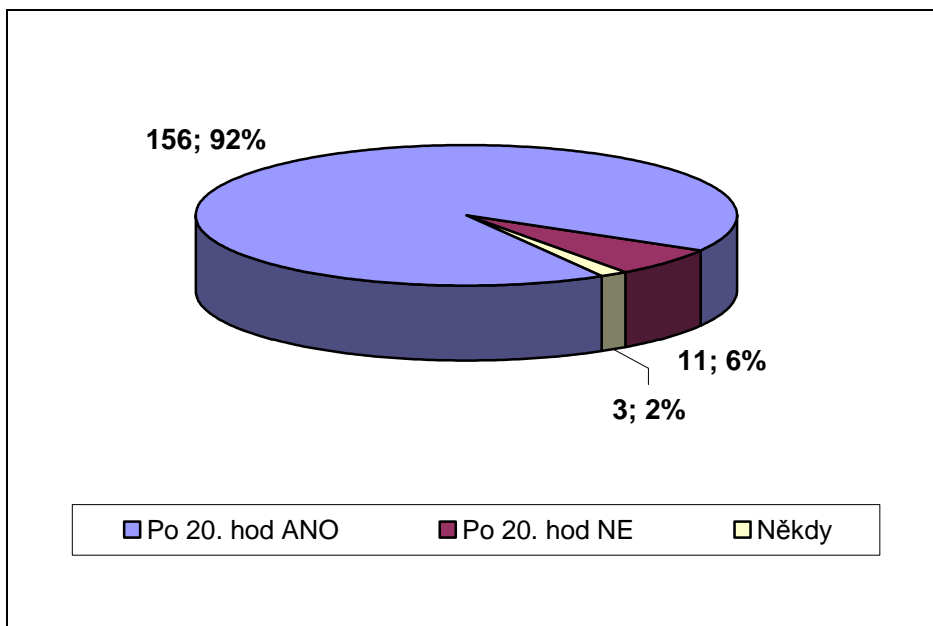
Otázka č. 5

Díváš se na televizi po 20. hodině?

PŘEDPOKLAD:

Téměř 80 % všech dotazovaných sleduje televizi po 20. hodině, ačkoliv je to čas, kdy by se měli připravovat k spánku.

Graf 17: Sledování TV po 20. hodině



VYHODNOCENÍ PŘEDPOKLADU:

Z grafů bohužel vyplývá, že naprostá většina všech žáků sleduje televizi po 20. hodině. Činí to neuvěřitelných 92 % procent. Pouhých 7 %, tj, 11 žáků (6 chlapců, 5 dívek) uvedlo, že se v tuto dobu na televizi nedívá. Výsledek výzkumného šetření je možná odůvodněn větší volností v rodinách, než tomu bývalo v dřívějších dobách. Rozdíly mezi chlapci a dívkami jsou opět neznatelné.

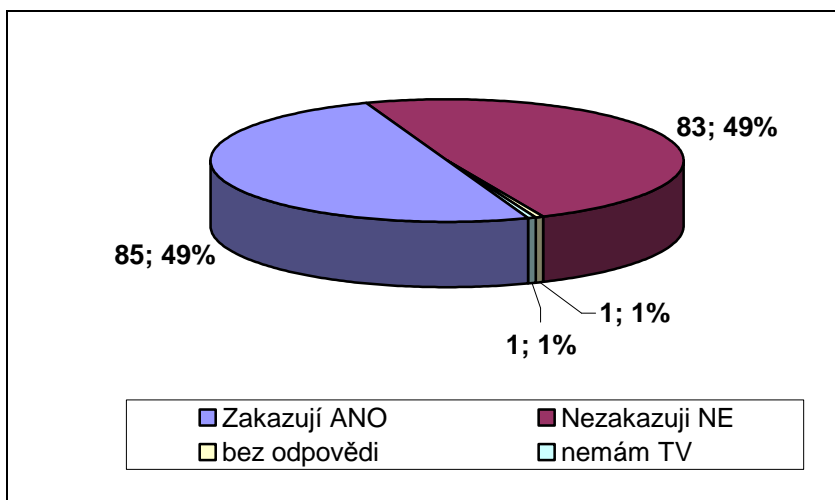
Otázka č. 6

Zakazují ti rodiče některé televizní pořady?

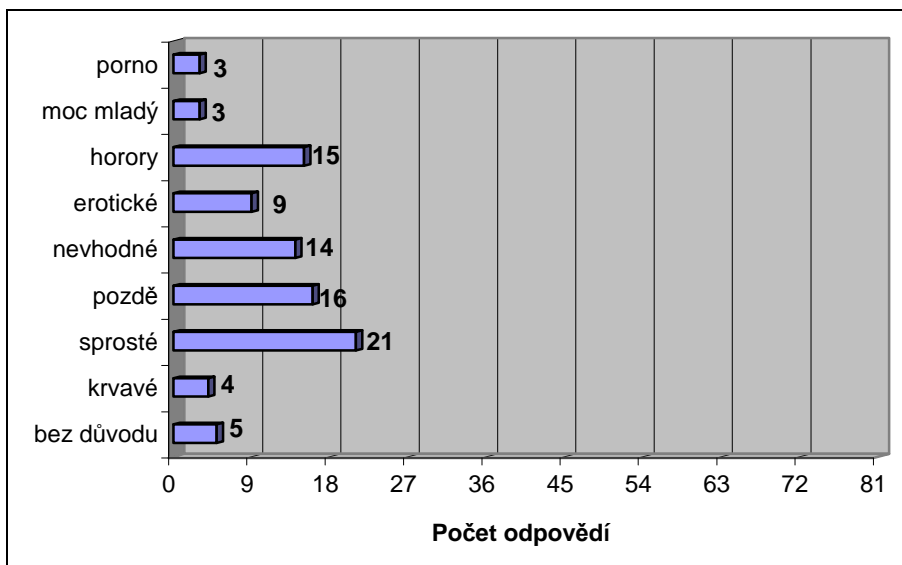
PŘEDPOKLAD:

Rodiče zakazují dětem sledování televizních pořadů, zejména v pozdních hodinách, ve kterých se vyskytuje sex, násilí, vulgarizmy apod.

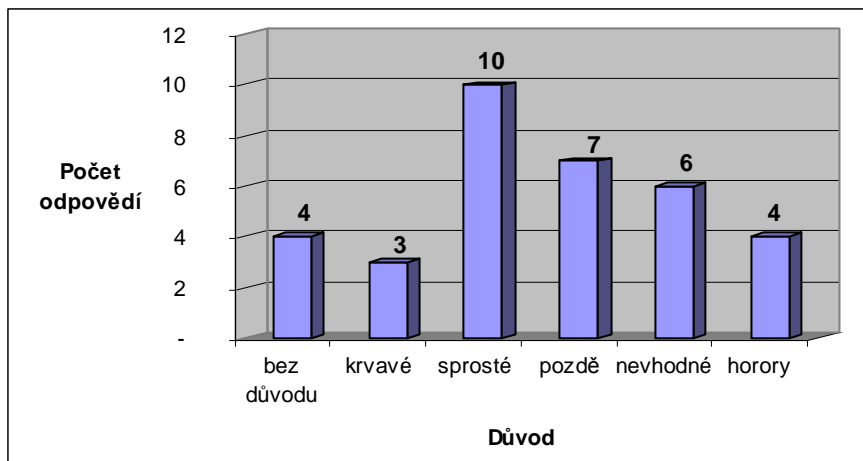
Graf 20: Zákaz pořadů



Graf 21: Důvody zákazu některých pořadů

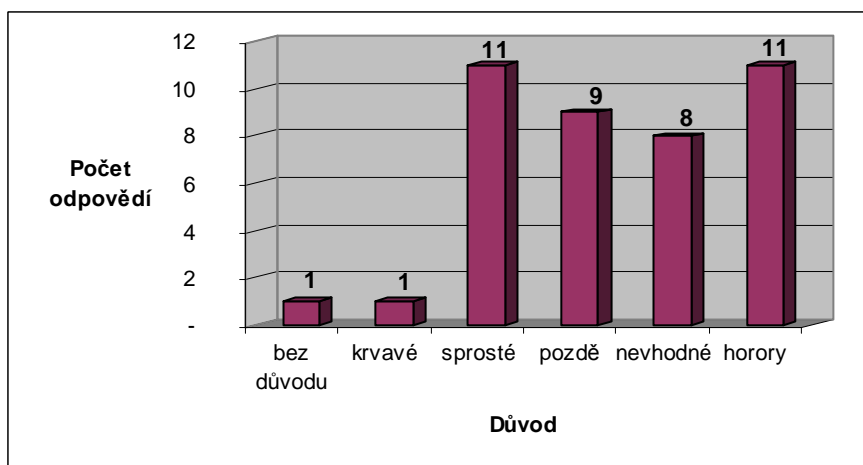


Graf 24: Důvod zákazu pořadů - chlapci



Chlapci	K I	K II	ON I	ON II	NH	D I	D II	D III	Celkem
bez důvodu	1	1	-	1	-	-	1	-	4
krvavé	2	-	-	1	-	-	-	-	3
sprosté	-	3	1	3	2	-	1	-	10
pozdě	1	2	2	-	1	-	1	-	7
nevhodné	-	-	-	1	-	2	2	1	6
horory	-	-	-	-	-	-	4	-	4

Graf 25: Důvod zákazu pořadů - dívky



Dívky	K I	K II	ON I	ON II	NH	D I	D II	D III	Celkem
bez důvodu	1	-	-	-	-	-	-	-	1
krvavé	-	-	-	1	-	-	-	-	1
sprosté	2	-	1	5	-	1	-	2	11
pozdě	2	-	-	1	-	2	-	4	9
nevhodné	-	1	1	2	-	-	1	3	8
horory	1	1	1	4	1	1	-	2	11

VYHODNOCENÍ PŘEDPOKLADU:

Z grafů vyplynulo, až je to poněkud zarážející, že zhruba polovina rodičů svým dětem televizní pořady nezakazuje.

V porovnání grafů mezi chlapci a dívkami se ukázalo, že rodiče nedělají v zákazech pořadů rozdíly mezi pohlavími. Děvčata mají však více zakázány horory. Také je zde rozdíl oproti chlapcům v zákazech bez důvodu.

Otázka č. 7

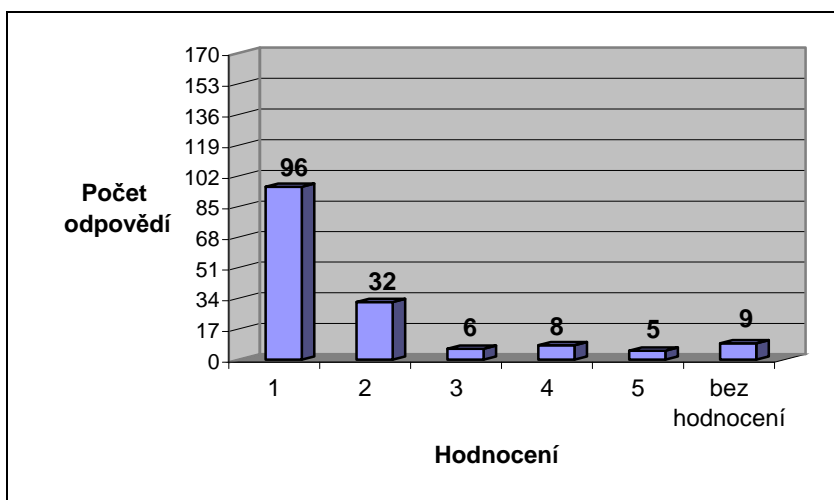
Na které televizní pořady se díváš nejčastěji?

Pořady, které uvedeš, oznámkuj stupnicí 1 – nejlepší až 5 – nejhorší.

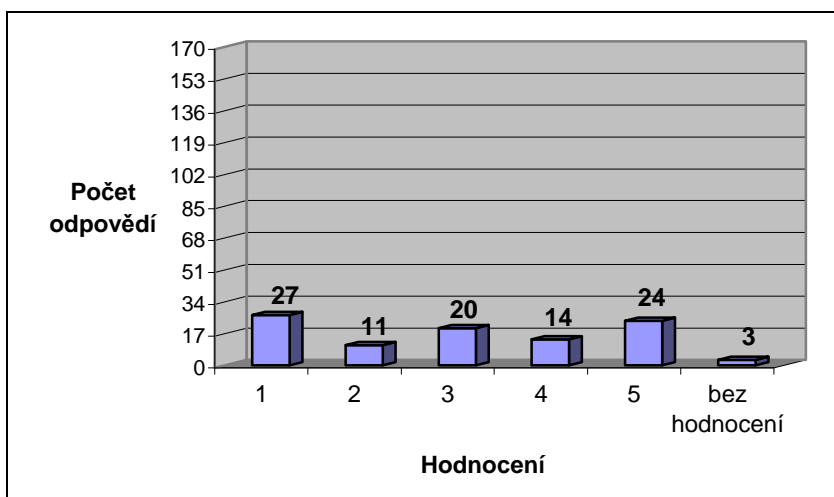
PŘEDPOKLAD:

Nejsledovanější jsou akční pořady, které se o přední posty dělí s hudebními a zábavnými. Zřejmě nejméně sledované jsou pořady diskusní.

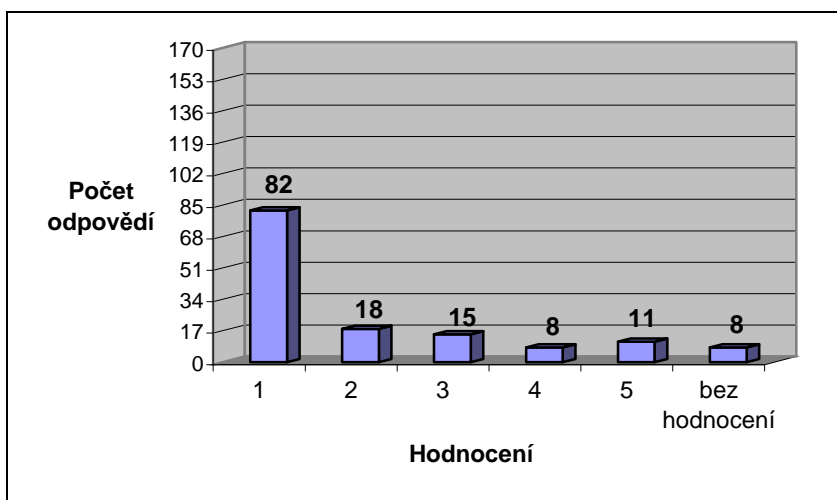
Graf 26: Zábavné pořady



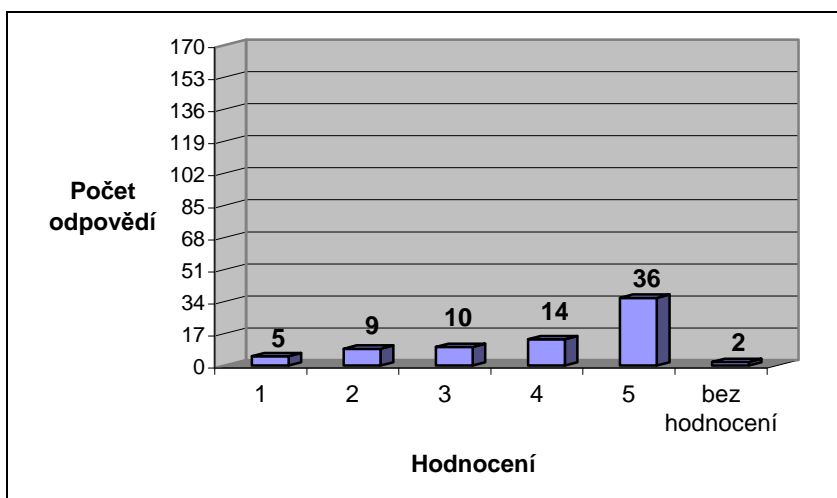
Graf 27: Hudební pořady



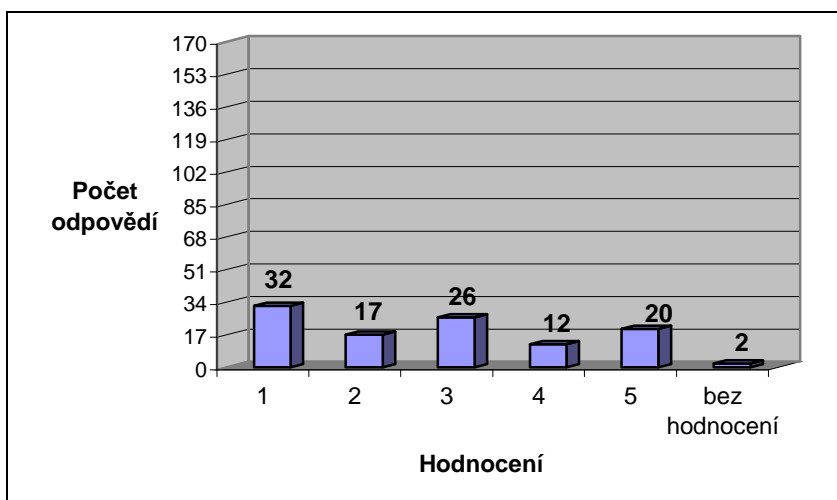
Graf 28: Akční pořady



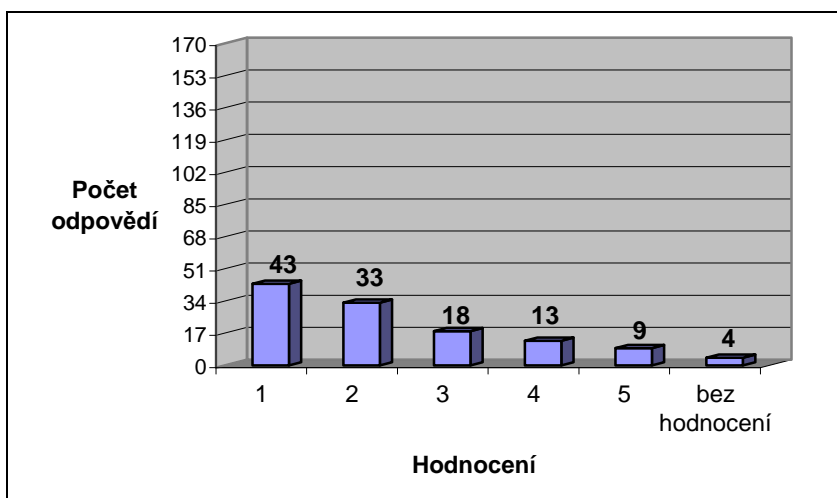
Graf 29: Diskusní pořady



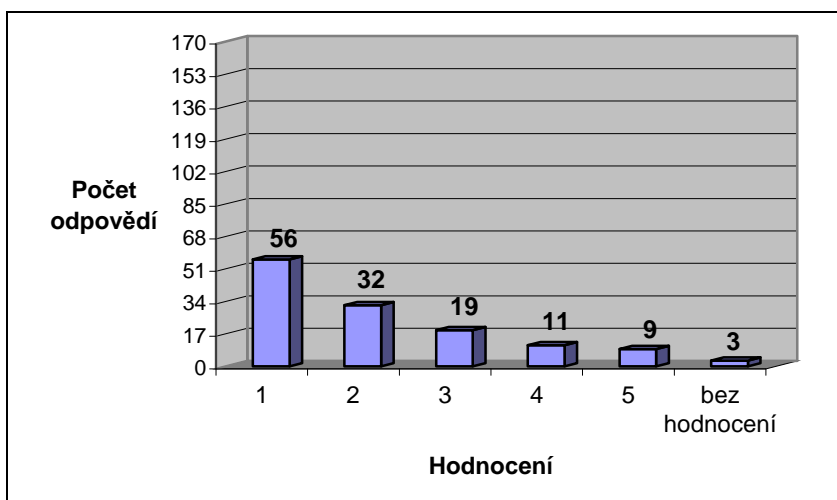
Graf 30: Pohádky



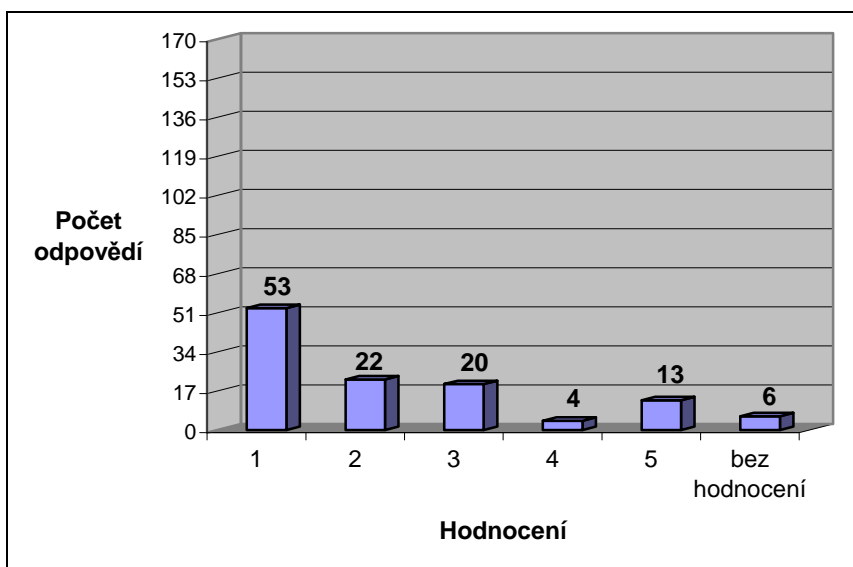
Graf 31: Kriminální pořady



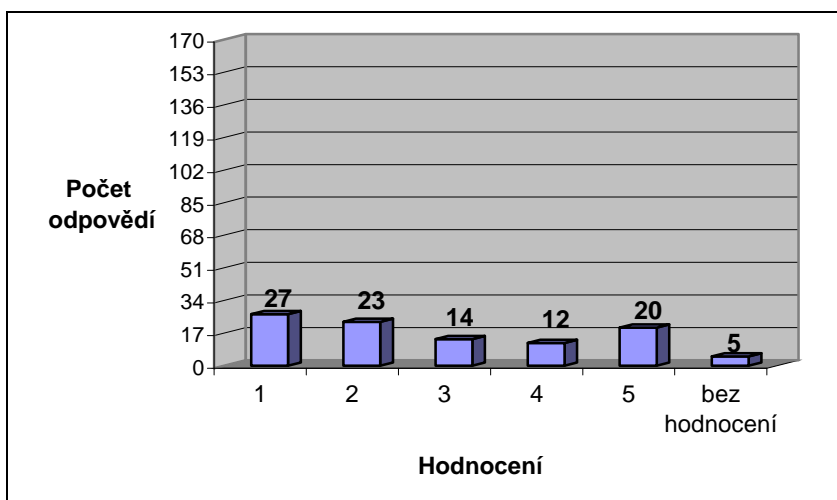
Graf 32: Soutěžní pořady



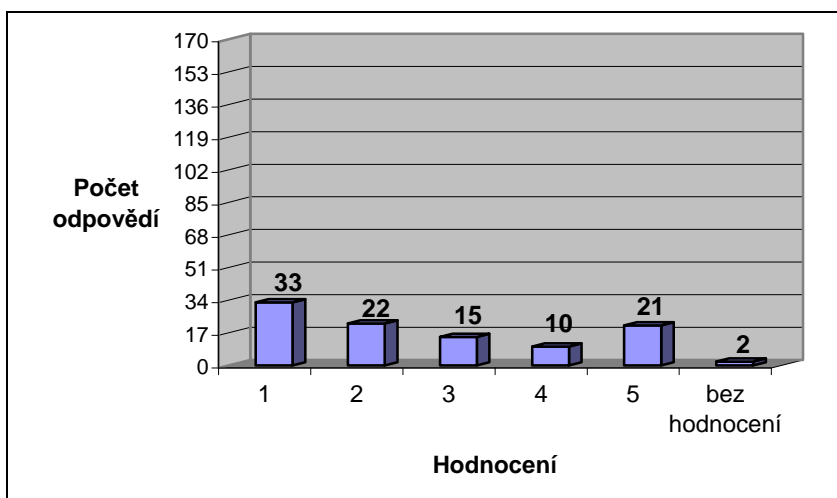
Graf 33: Sci-fi pořady



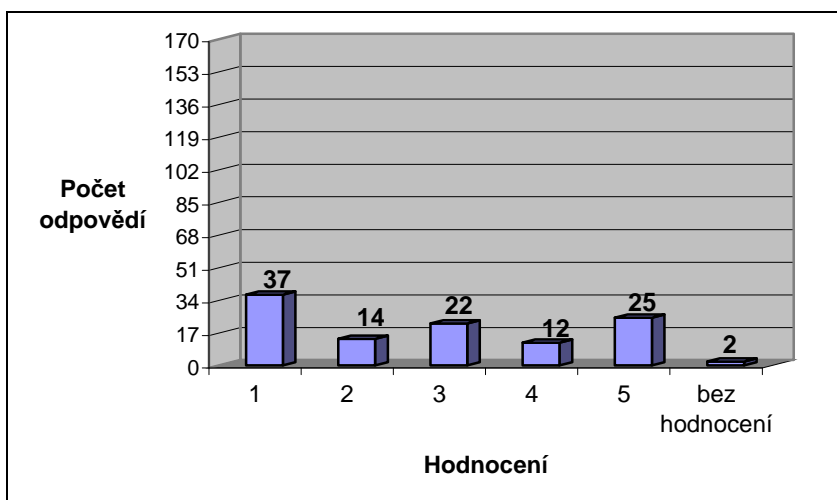
Graf 34: Naučné pořady



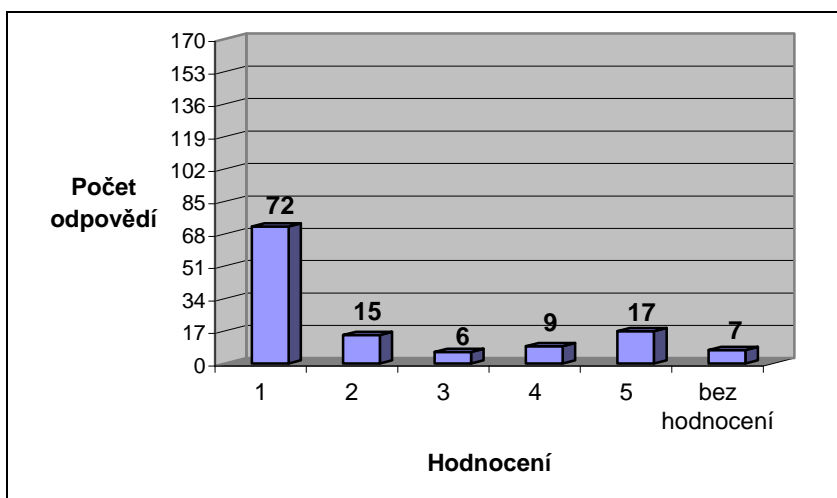
Graf 35: Přírodovědné pořady



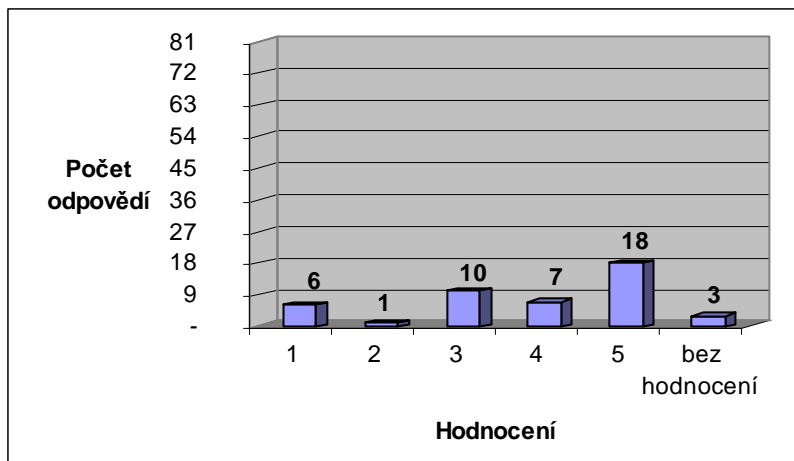
Graf 36: Historické pořady



Graf 37: Horory

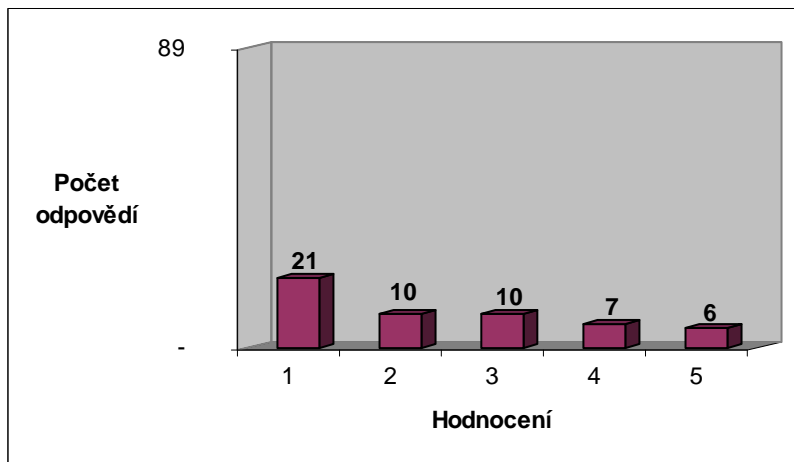


Graf 40: Hudební pořady - chlapci



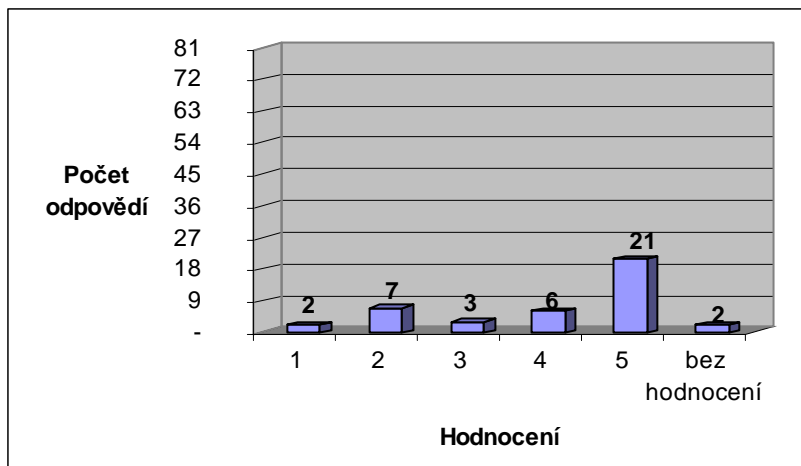
Chlapci	K I	K II	ON I	ON II	NH	D I	D II	D III	Celkem
1	-	1	3	-	1	1	-	-	6
2	-	-	1	-	-	-	-	-	1
3	1	3	1	-	1	1	1	2	10
4	2	1	1	2	-	-	1	-	7
5	3	2	1	3	4	1	4	-	18
bez hodnocení	1	-	1	-	-	-	1	-	3

Graf 41: Hudební pořady - dívky



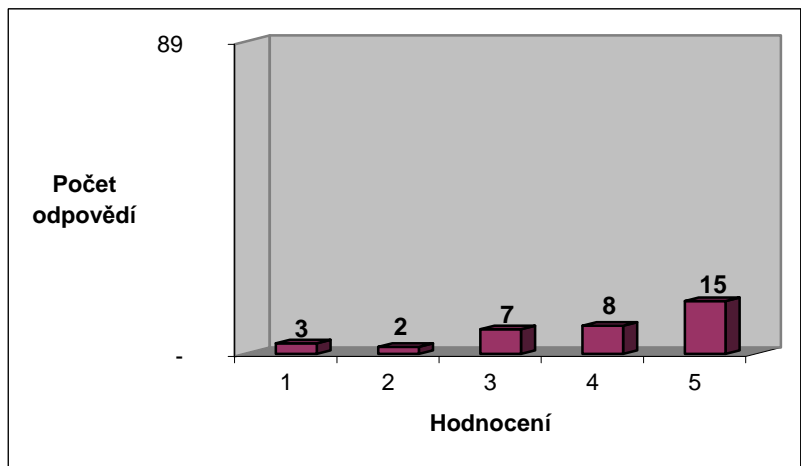
Dívky	K I	K II	ON I	ON II	NH	D I	D II	D III	Celkem
1	2	4	3	6	-	5	-	1	21
2	1	2	2	1	-	3	-	1	10
3	1	1	2	3	-	1	-	2	10
4	3	1	1	-	-	-	1	1	7
5	-	-	1	-	-	-	-	5	6

Graf 44: Diskusní pořady - chlapci



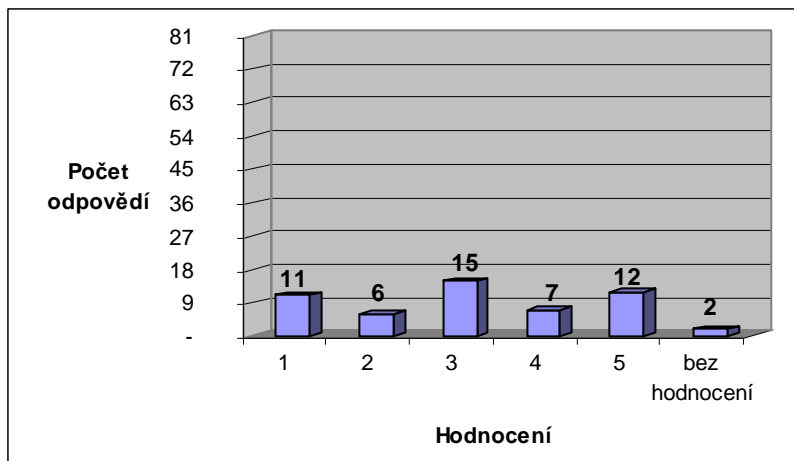
Chlapci	K I	K II	ON I	ON II	NH	D I	D II	D III	Celkem
1	1	-	1	-	-	-	-	-	2
2	3	1	-	1	-	2	-	-	7
3	1	-	2	-	-	-	-	-	3
4	1	2	1	-	-	-	1	1	6
5	1	3	1	4	6	2	4	-	21
bez hodnocení	-	-	-	-	-	1	1	-	2

Graf 45: Diskusní pořady – dívky



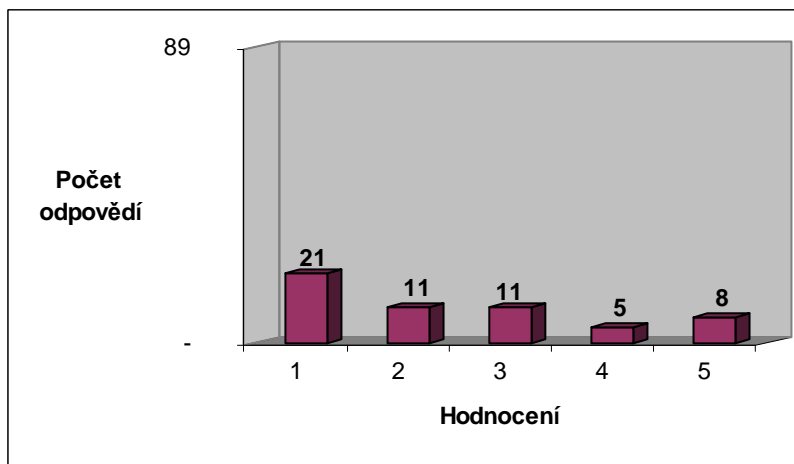
Dívky	K I	K II	ON I	ON II	NH	D I	D II	D III	Celkem
1	-	-	-	-	-	-	-	3	3
2	-	1	-	-	1	-	-	-	2
3	-	2	1	1	-	1	-	2	7
4	-	2	2	2	-	-	1	1	8
5	4	2	2	3	-	2	-	2	15

Graf 46: Pohádky - chlapci



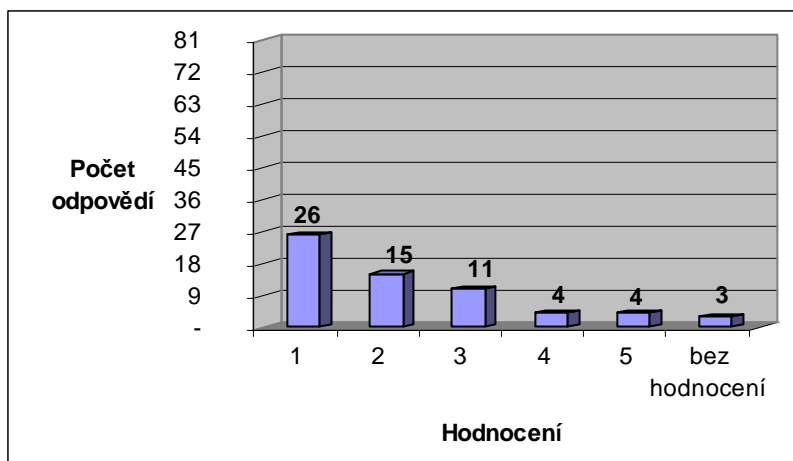
Chlapci	K I	K II	ON I	ON II	NH	D I	D II	D III	Celkem
1	2	-	-	5	-	2	2	-	11
2	-	-	2	-	-	1	3	-	6
3	3	4	2	-	-	2	3	1	15
4	2	1	1	1	2	-	-	-	7
5	-	3	1	2	4	-	1	1	12
bez hodnocení	-	-	-	2	-	-	-	-	2

Graf 47: Pohádky - dívky



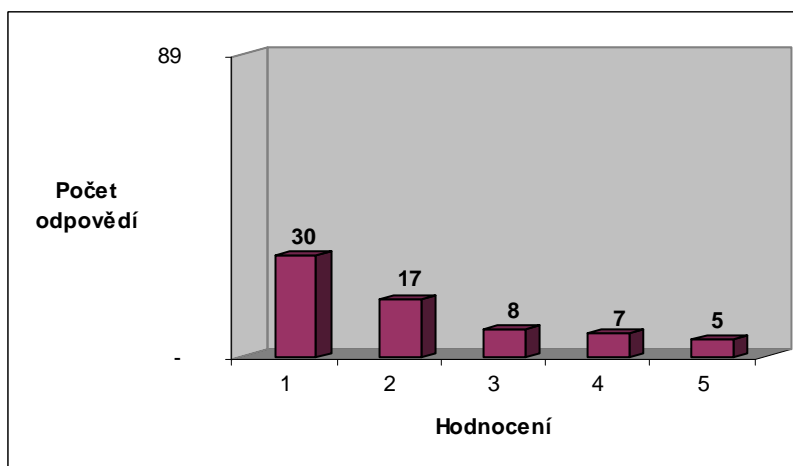
Dívky	K I	K II	ON I	ON II	NH	D I	D II	D III	Celkem
1	-	5	-	4	-	3	1	8	21
2	2	2	1	2	-	1	1	2	11
3	3	1	1	2	-	2	1	1	11
4	-	-	1	-	-	2	1	1	5
5	2	-	3	1	-	2	-	-	8

Graf 50: Soutěžní pořady - chlapci



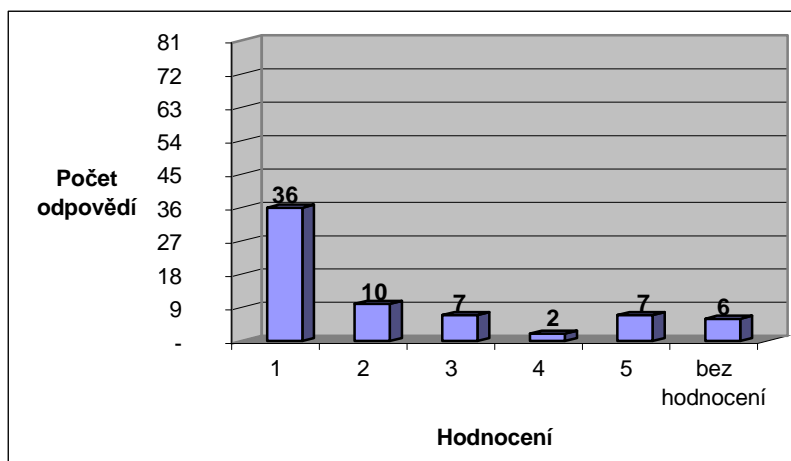
Chlapci	K I	K II	ON I	ON II	NH	D I	D II	D III	Celkem
1	3	3	5	4	3	1	7	-	26
2	5	2	2	2	1	2	-	1	15
3	-	1	-	2	1	2	4	1	11
4	-	3	-	-	-	-	1	-	4
5	-	1	-	-	3	-	-	-	4
bez hodnocení	-	-	1	-	-	2	-	-	3

Graf 51: Soutěžní pořady - dívky



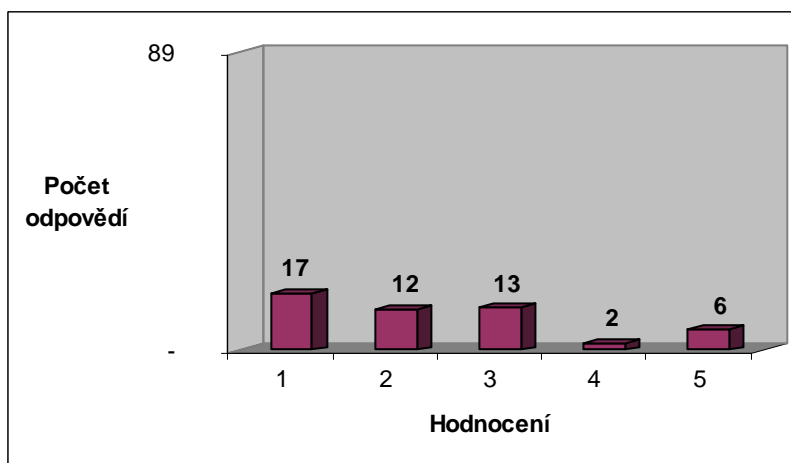
Dívky	K I	K II	ON I	ON II	NH	D I	D II	D III	Celkem
1	1	7	3	5	-	2	-	12	30
2	4	1	5	2	1	4	-	-	17
3	-	-	1	1	-	1	4	1	8
4	3	-	1	-	1	-	-	2	7
5	2	-	-	1	1	1	-	-	5

Graf 52: Sci-fi pořady - chlapci



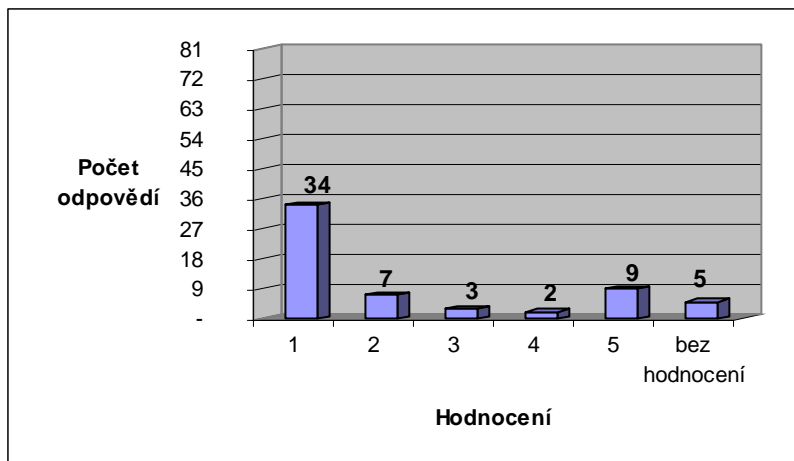
Chlapci	K I	K II	ON I	ON II	NH	D I	D II	D III	Celkem
1	1	6	6	4	7	3	7	2	36
2	2	2	1	1	-	-	3	1	10
3	3	2	-	1	-	-	-	1	7
4	-	1	-	-	-	1	-	-	2
5	1	-	1	2	-	1	2	-	7
bez hodnocení	1	-	1	3	-	1	-	-	6

Graf 53: Sci-fi pořady - dívky



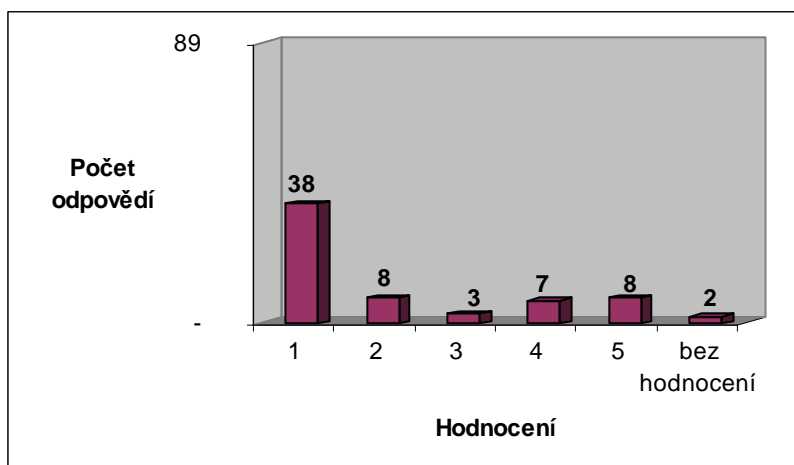
Dívky	K I	K II	ON I	ON II	NH	D I	D II	D III	Celkem
1	5	1	3	1	-	2	1	4	17
2	2	2	3	3	-	-	2	-	12
3	3	3	1	2	1	1	-	2	13
4	-	-	-	-	-	1	-	1	2
5	-	2	-	-	1	-	-	3	6

Graf 60: Horory - chlapci



Chlapci	K I	K II	ON I	ON II	NH	D I	D II	D III	Celkem
1	3	6	4	7	6	1	5	2	34
2	2	1	-	1	-	1	1	1	7
3	1	2	-	-	-	-	-	-	3
4	-	-	1	-	-	-	1	-	2
5	1	2	2	1	-	-	2	1	9
bez hodnocení	1	-	1	2	-	1	-	-	5

Graf 61: Horory - dívky



Chlapci	K I	K II	ON I	ON II	NH	D I	D II	D III	Celkem
1	6	5	7	3	-	6	3	8	38
2	-	-	3	1	1	2	-	1	8
3	-	-	-	-	1	2	-	-	3
4	1	-	1	1	-	2	1	1	7
5	1	1	-	3	-	-	-	3	8
bez hodnocení	1	-	1	-	-	-	-	-	2

VYHODNOCENÍ PŘEDPOKLADU:

Dle předpokladu se ve výzkumném šetření ukázalo, že velký zájem mají respondenti o akční filmy (82 žáků) a horory (72 žáků). Je potěšující že na prvním místě se umístily pořady zábavné (96 žáků) ale již méně potěšující je upadající zájem o pohádky. Pouhých 32 žáků hodnotilo pohádky známkou „jedna“. Ani hudební pořady nemají sledovanost, jaká by se vzhledem k věku dotazovaných dala předpokládat. Známku „pět“ nejvíce žáci hodnotili diskusní, hudební a historické pořady.

Ve srovnání chlapců a dívek se objevili značné odlišnosti. Dívkám se nejvíce líbí zábavné pořady. Překvapením je, že sledují více horory a kriminální příběhy než chlapci. Horory u dívek získaly druhou největší sledovanost! Na třetím místě se objevily akční filmy. Dívky také sledují více pohádky, přírodovědné a naučné pořady. Velký rozdíl byl zaznamenán také u hudebních pořadů. Uvedlo jej 21 dívek oproti šesti chlapcům. Chlapci nejčastěji označili akční pořady, poté zábavné, sci-fi, horory a také historické pořady. Je podivuhodné, že na předposledním místě společně s naučnými pořady skončily pohádky. Označilo je pouhých 11 chlapců. Diskusní pořady nemají oblibu u žádné z obou skupin.

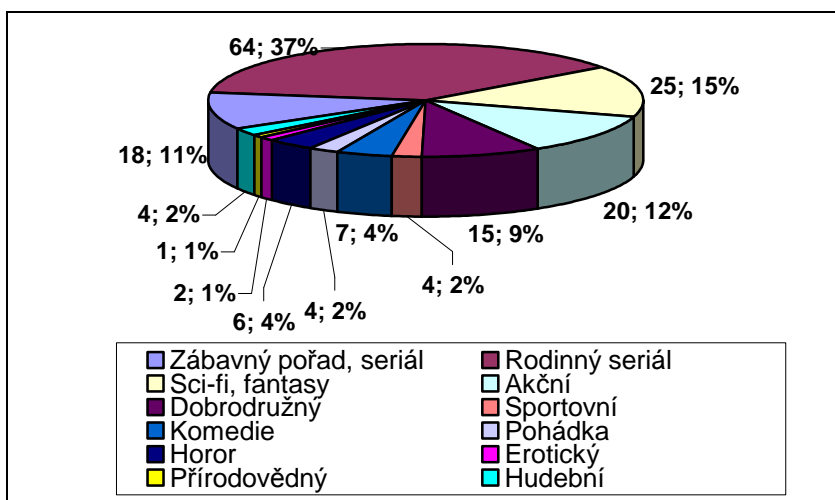
Otázka č. 8

Jaký je tvůj nejoblíbenější televizní pořad, film nebo seriál? Napiš, čím tě zaujal.

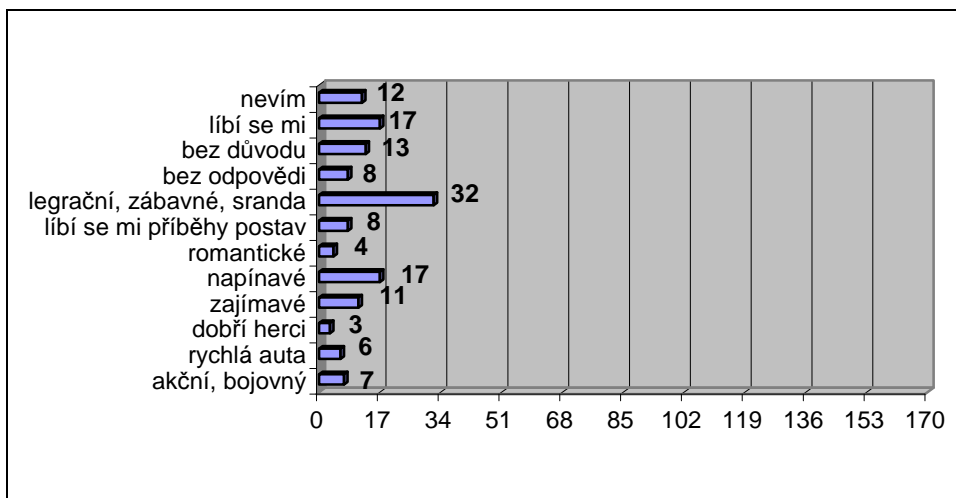
PŘEDPOKLAD:

Respondenti mají svůj oblíbený pořad především z akčního žánru. Nejvíce je upoutává nezranitelnost hrdinů, jejich odvaha a celková akčnost filmu. Tento žánr má v oblíbě více chlapců než dívek.

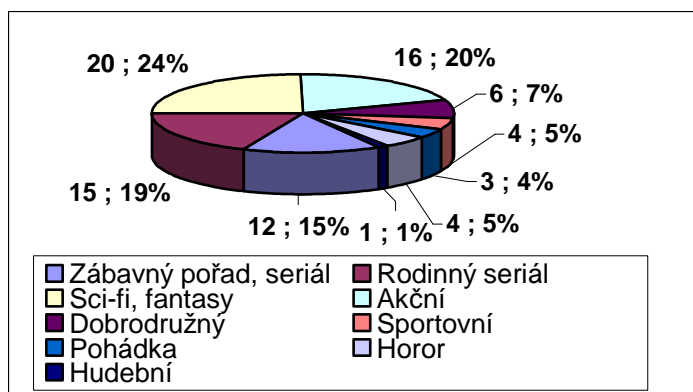
Graf 62: Nejoblíbenější pořad, film, seriál



Graf 63: Některé důvody oblíbenosti pořadů

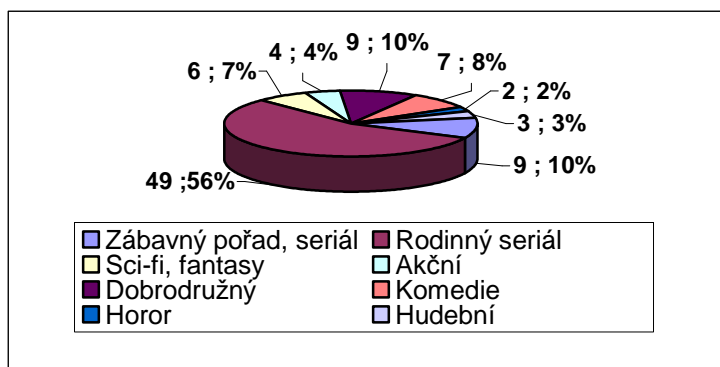


Graf 64: Nejoblíbenější pořad, film, seriál - chlapci



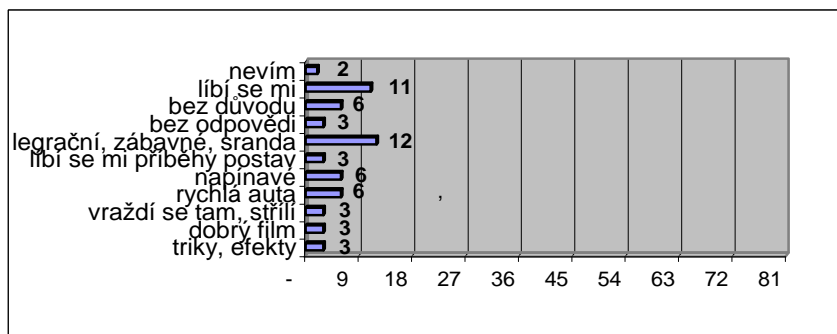
Chlapci	K I	K II	ON I	ON II	NH	D I	D II	D III	Celkem
Zábavný pořad, seriál	6	-	1	1	-	1	2	1	12
Rodinný seriál	1	3	4	1	3	-	3	-	15
Sci-fi, fantasy	2	1	-	1	6	2	3	5	20
Akční	-	5	2	5	1	-	3	-	16
Dobrodružný	-	1	-	3	-	-	2	-	6
Sportovní	-	2	1	1	-	-	-	-	4
Pohádka	-	-	-	3	-	-	-	-	3
Horor	-	1	1	-	-	1	1	-	4
Hudební	-	-	-	-	1	-	-	-	1

Graf 65: Nejoblíbenější pořad, film, seriál - dívky



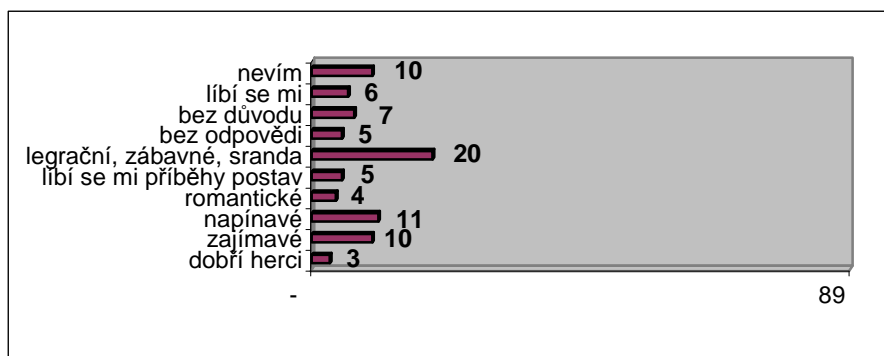
Dívky	K I	K II	ON I	ON II	NH	D I	D II	D III	Celkem
Zábavný pořad, seriál	-	-	1	3	-	2	-	3	9
Rodinný seriál	7	3	9	7	2	8	2	11	49
Sci-fi, fantasy	3	-	-	-	1	-	1	1	6
Akční	2	1	1	-	-	-	-	-	4
Dobrodružný	4	3	2	-	-	-	-	-	9
Komedie	1	1	2	1	2	-	-	-	7
Horor	-	1	-	-	-	1	-	-	2
Hudební	-	1	1	-	-	-	-	1	3

Graf 66: Některé důvody oblíbenosti pořadů - chlapci



Chlapci	K I	K II	ON I	ON II	NH	D I	D II	D III	Celkem
nevím	-	1	-	-	-	-	1	-	2
líbí se mi	3	2	-	1	3	-	1	1	11
bez důvodu	3	1	-	-	1	-	1	-	6
bez odpovědi	-	1	-	-	-	2	-	-	3
legrační, zábavné, sranda	2	-	1	5	-	1	2	1	12
líbí se mi příběhy postav	1	1	1	-	-	-	-	-	3
napínavé	-	1	1	1	-	-	3	-	6
rychlá auta	-	3	1	-	-	1	1	-	6
vraždí se tam, střílí	-	2	-	-	-	-	1	-	3
dobrý film	-	-	-	1	1	-	-	1	3
triky, efekty	-	-	-	-	-	1	2	-	3

Graf 67: Některé důvody oblíbenosti pořad- dívky



Dívky	K I	K II	ON I	ON II	NH	D I	D II	D III	Celkem
nevím	-	1	1	1	-	1	-	6	10
líbí se mi	-	-	1	2	-	1	1	1	6
bez důvodu	3	1	-	-	2	-	-	1	7
bez odpovědi	1	-	-	1	-	1	-	2	5
legrační, zábavné, sranda	4	1	6	5	-	3	1	-	20
líbí se mi příběhy postav	-	1	-	1	1	2	-	-	5
romantické	2	-	-	-	-	1	-	1	4
napínavé	4	3	1	-	1	1	-	1	11
zajímavé	2	-	2	-	1	1	2	2	10
dobří herci	1	1	-	-	-	-	1	-	3

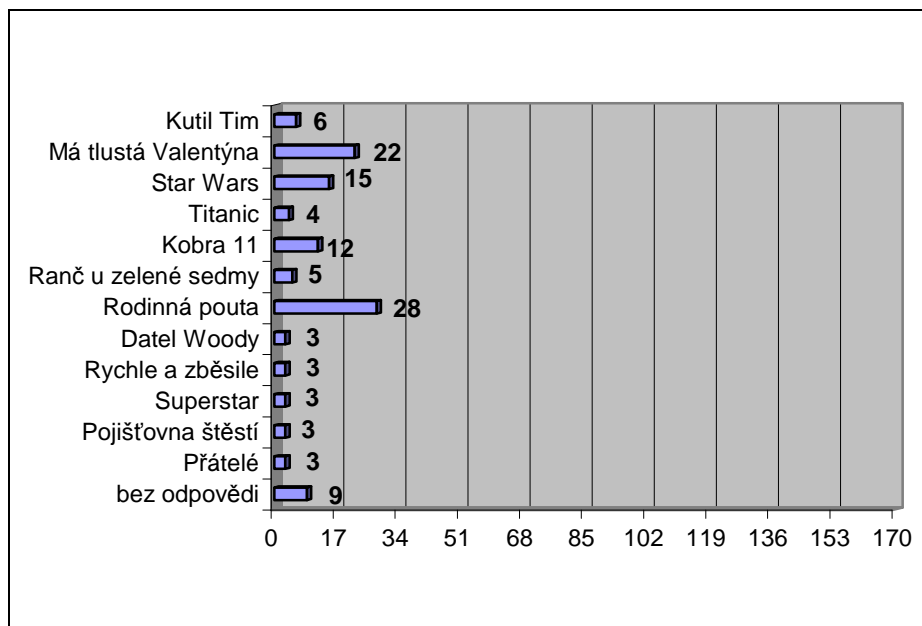
VYHODNOCENÍ PŘEDPOKLADU:

Při vyhodnocování této otázky, bylo provedeno roztřídění uvedených filmů, pořadů a seriálů do jednotlivých žánrů, které byly dále posuzovány.

Z grafu č. 62 je patrné, že nejoblíbenější pořad žáků patří do žánru „rodinný seriál“, což je v podstatě v rozporu s výsledkem vyhodnocení otázky číslo sedm, kde žáci uvedli, že nejčastěji sledují akční filmy a horory. Dalo se tedy předpokládat, že oblíbený hrdina bude právě z tohoto žánru.

Nejoblíbenějším pořadem dívek je seriál „Rodinná pouta“ a telenovela „Má tlustá Valentýna“. Horory v tomto průzkumu děvčata příliš nezmiňují. Chlapci nejraději sledují sci-fi seriál „Hvězdné války“ (Star Wars) a akční krimiseriál „Kobra 11“. 19 % žáků se vyslovilo také pro rodinný seriál.

Graf 68: Oblíbené pořady – konkrétní názvy



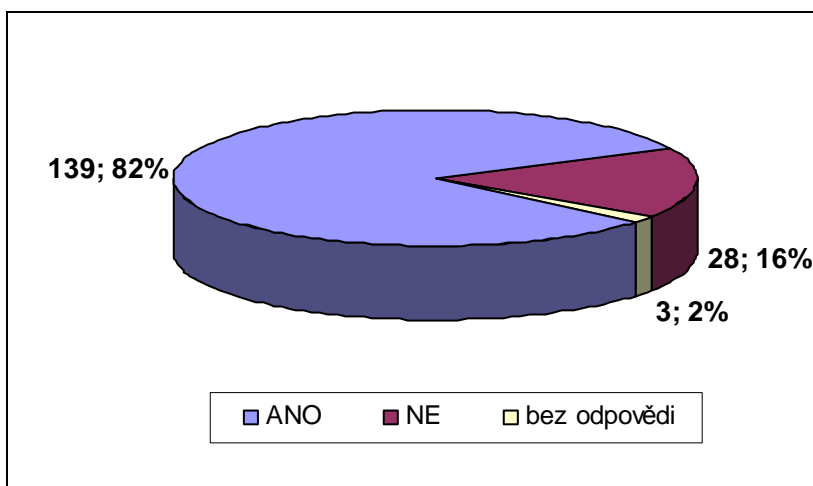
Otázka č. 9

Posloucháš rádio?

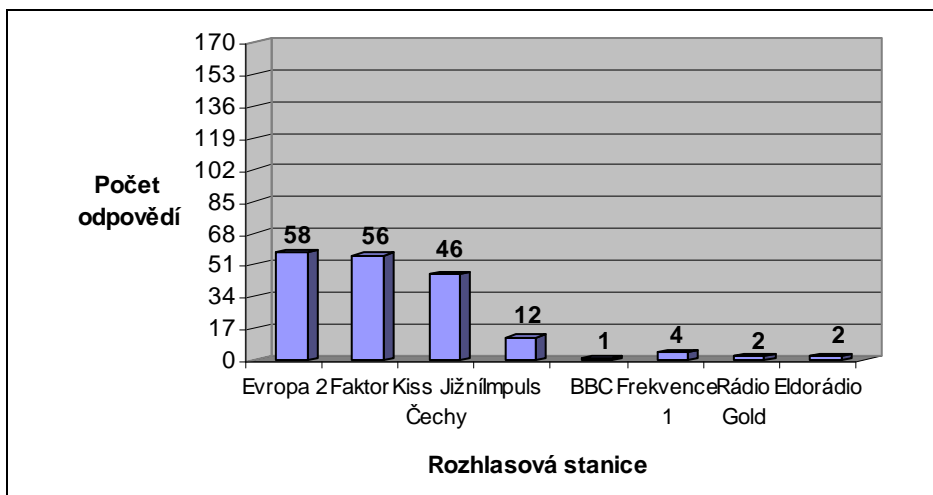
PŘEDPOKLAD:

Rádio poslouchá většina dotazovaných. Mezi respondenty jsou nejoblíbenějšími stanicemi Rádio Faktor a Evropa 2. Chlapci poslouchají rádio více než dívky.

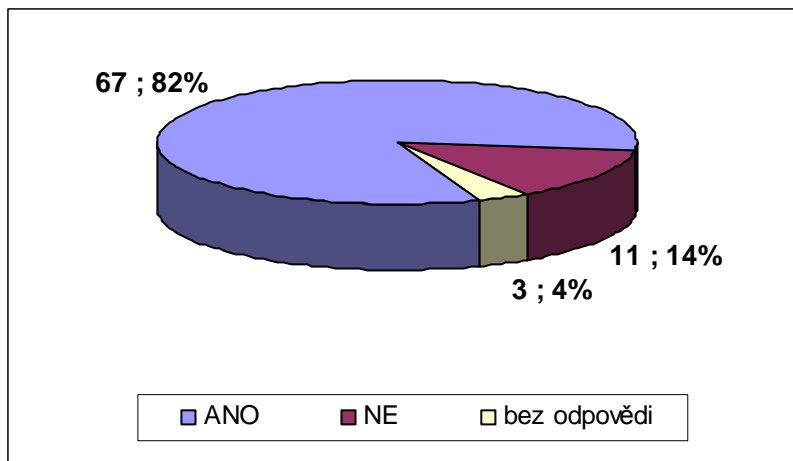
Graf 69: Poslech rádia



Graf 70: Rozhlasové stanice

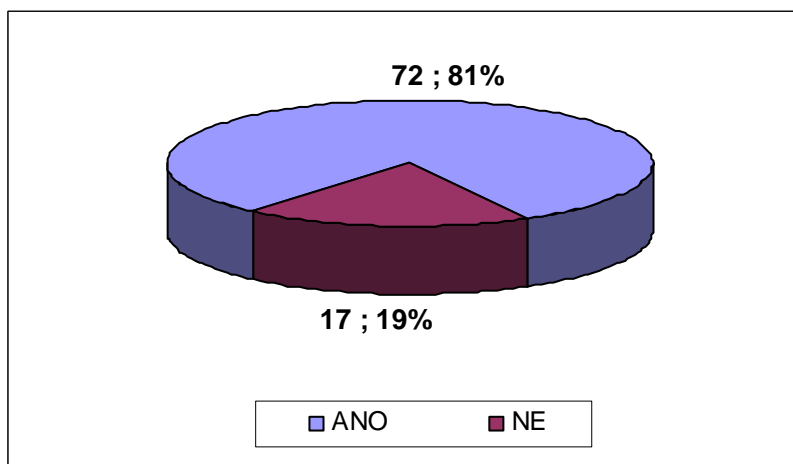


Graf 71: Poslech rádia - chlapci



Chlapci	K I	K II	ON I	ON II	NH	D I	D II	D III	Celkem
ANO	6	13	7	13	7	5	14	2	67
NE	3	2	2	-	1	-	1	2	11
bez odpovědi	-	-	-	1	-	2	-	-	3

Graf 72: Poslech rádia - dívky



Dívky	K I	K II	ON I	ON II	NH	D I	D II	D III	Celkem
ANO	9	8	11	11	4	12	3	14	72
NE	5	-	2	1	1	2	1	5	17

VYHODNOCENÍ PŘEDPOKLADU:

Zde se předpoklad potvrdil, neboť 82 % všech chlapců i dívek potvrdilo poslech rádia. Procentuální rozdíly mezi nimi nejsou žádné. Respondenti nejvíce poslouchají rozhlasové stanice „Evropa 2“, „Rádio Faktor“ a „Kiss Jižní Čechy“. Tyto rozhlasové stanice vysílají převážně moderní hudbu a je tedy zřejmé, že mají větší oblíbenost než „Rádio Gold“, určené zejména starším generacím posluchačů, nebo „Eldorádio“, kde vysílají folkovou hudbu, která u mladé generace není příliš v oblibě.

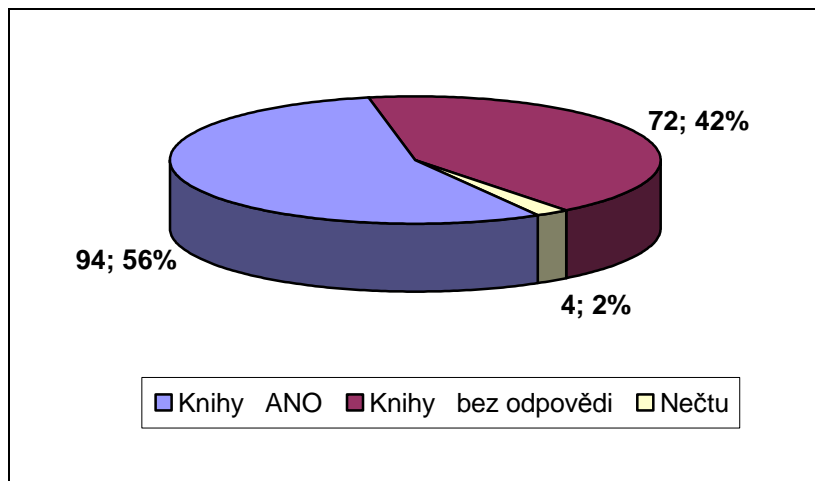
Otázka č. 10

Co čteš nejraději?

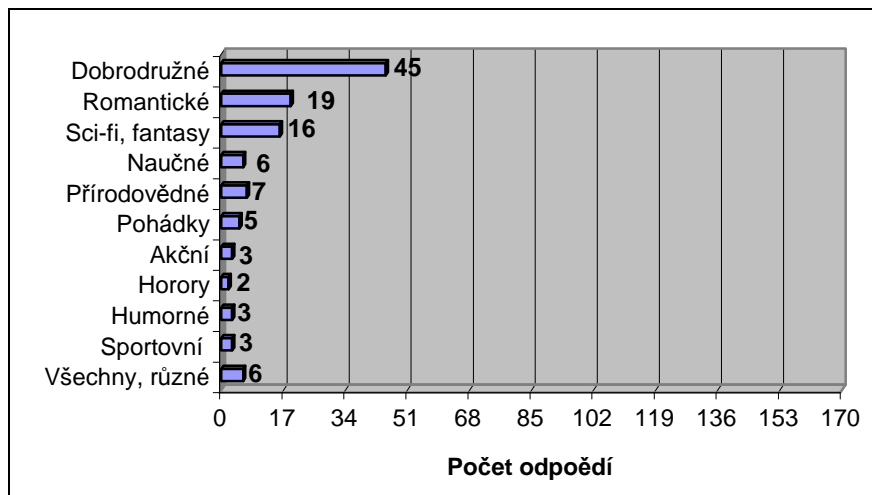
PŘEDPOKLAD:

V dnešní době upadá u dětí zájem o četbu. Přesto lze předpokládat, že chlapci čtou nejvíce sci-fi a dobrodružné knihy, dívky romantické příběhy. V oblíbě dětí mohou převládat obrázkové časopisy. Noviny nečtou chlapci ani dívky.

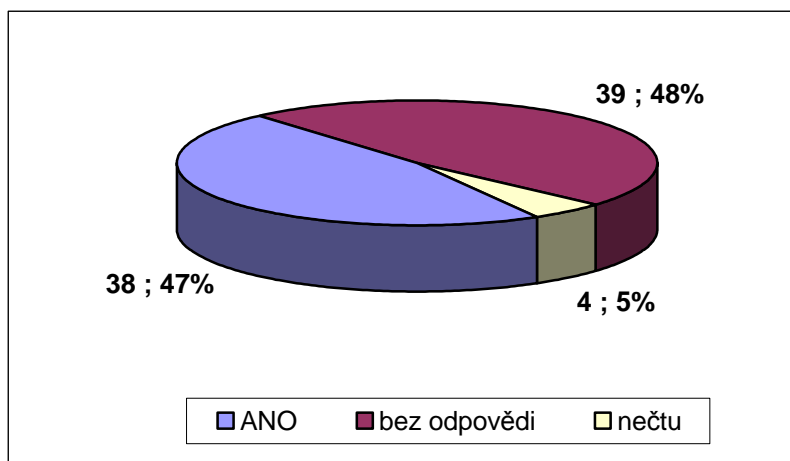
Graf 75: Četba knih



Graf 76: Četba knih - žánry

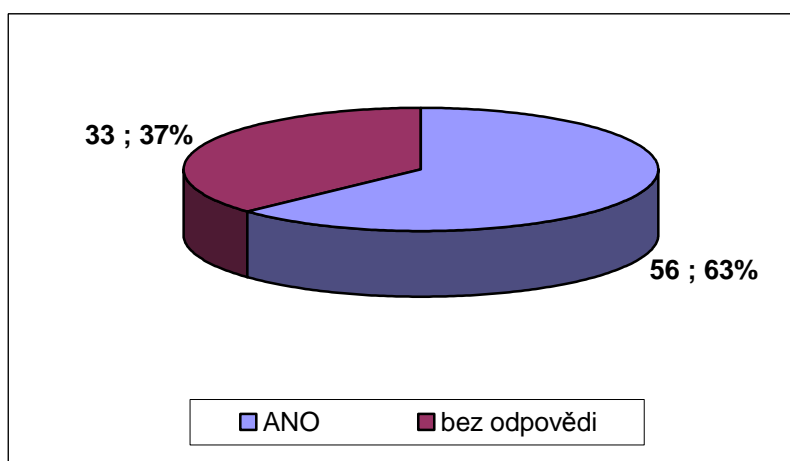


Graf 77: Četba knih - chlapci



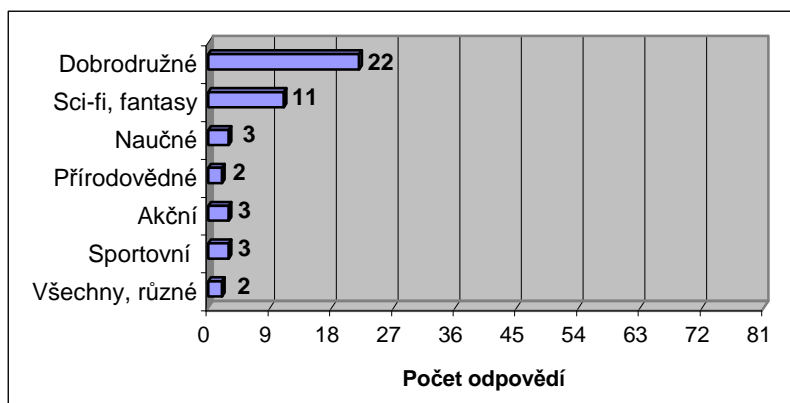
Chlapci	K I	K II	ON I	ON II	NH	D I	D II	D III	Celkem
ANO	5	5	5	6	4	3	7	3	38
bez odpovědi	3	9	3	7	4	4	8	1	39
Nečtu	1	1	1	1	-	-	-	-	4

Graf 78: Četba knih - dívky



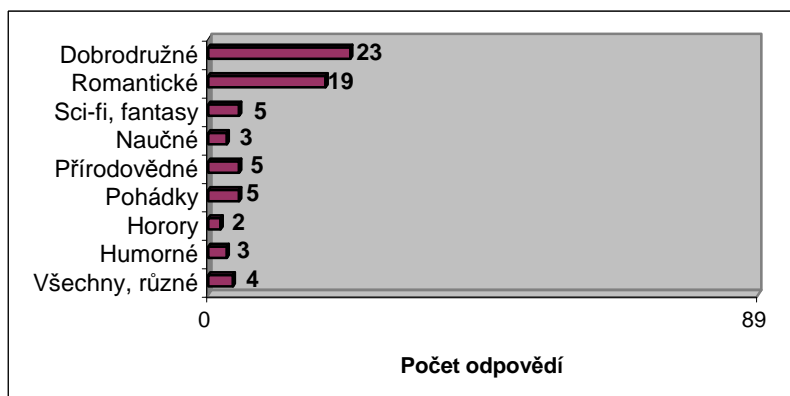
Dívky	K I	K II	ON I	ON II	NH	D I	D II	D III	Celkem
ANO	11	8	4	8	3	6	3	13	56
bez odpovědi	3	-	9	4	2	8	1	6	33

Graf 79: Četba knih - žánry - chlapci



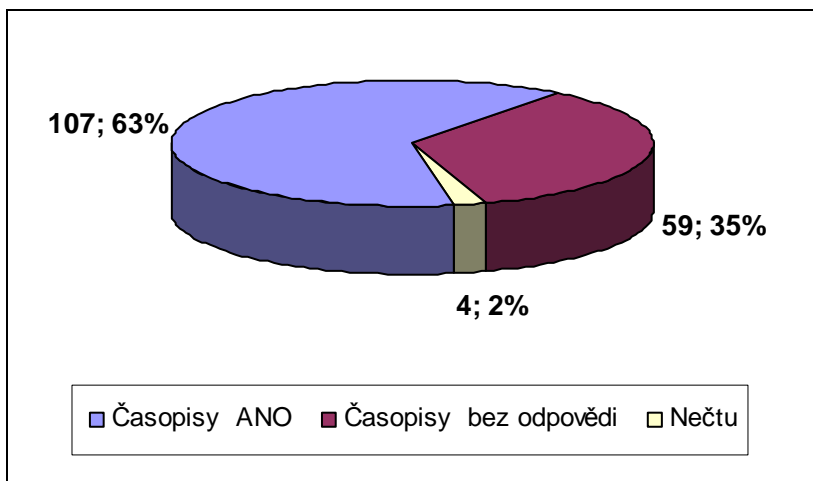
Chlapci	K I	K II	ON I	ON II	NH	D I	D II	D III	Celkem
Dobrodružné	4	2	4	1	4	1	5	1	22
Sci-fi, fantasy	1	2	-	1	3	-	4	-	11
Naučné	-	-	-	1	-	1	1	-	3
Přírodovědné	-	-	1	1	-	-	-	-	2
Akční	-	1	-	-	1	1	-	-	3
Sportovní	-	1	-	2	-	-	-	-	3
Všechny, různé	-	1	-	-	-	-	-	1	2

Graf 80: Četba knih - žánry - dívky

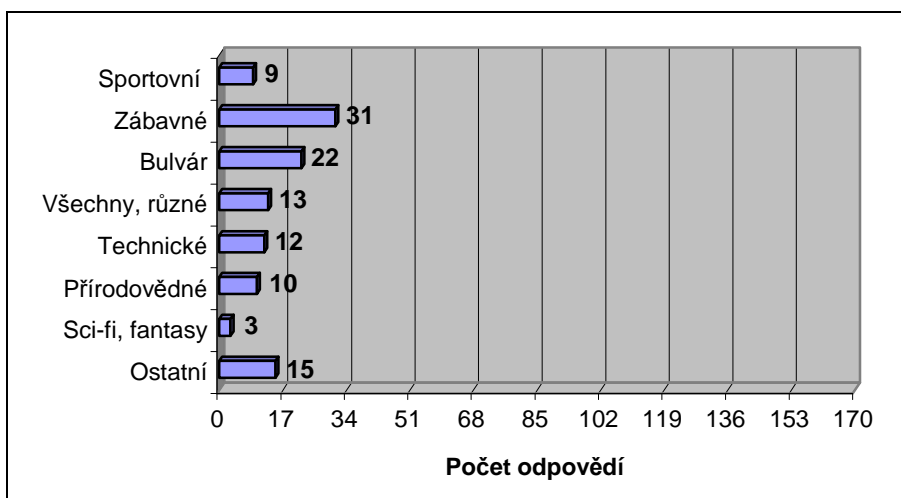


Dívky	K I	K II	ON I	ON II	NH	D I	D II	D III	Celkem
Dobrodružné	7	1	3	5	1	2	-	4	23
Romantické	3	5	1	2	2	2	2	2	19
Sci-fi, fantasy	1	1	-	-	-	-	1	2	5
Naučné	1	1	-	-	-	1	-	-	3
Přírodovědné	-	-	-	3	-	1	-	1	5
Pohádky	-	1	-	-	-	2	1	1	5
Horory	-	-	-	-	-	1	-	1	2
Humorné	2	1	-	-	-	-	-	-	3
Všechny, různé	2	-	1	-	-	-	-	1	4

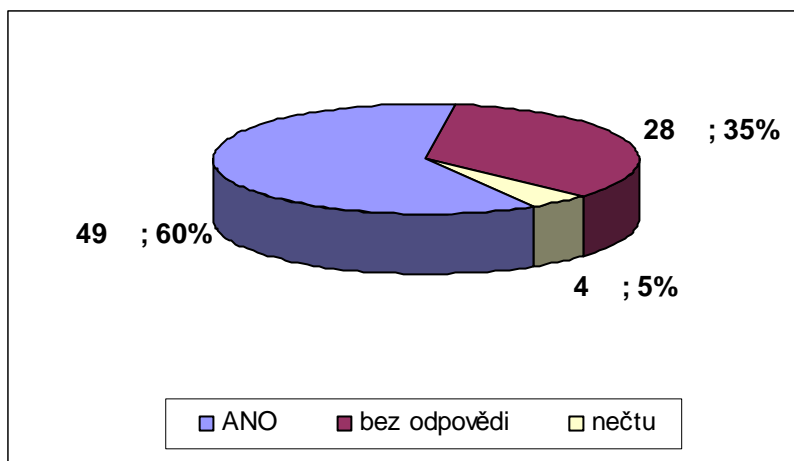
Graf 81: Četba časopisů



Graf 82: Četba časopisů - články

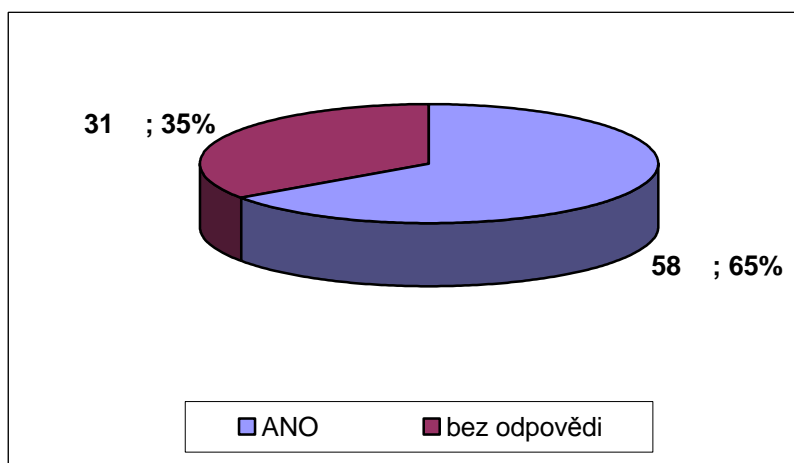


Graf 83: Četba časopisů - chlapci



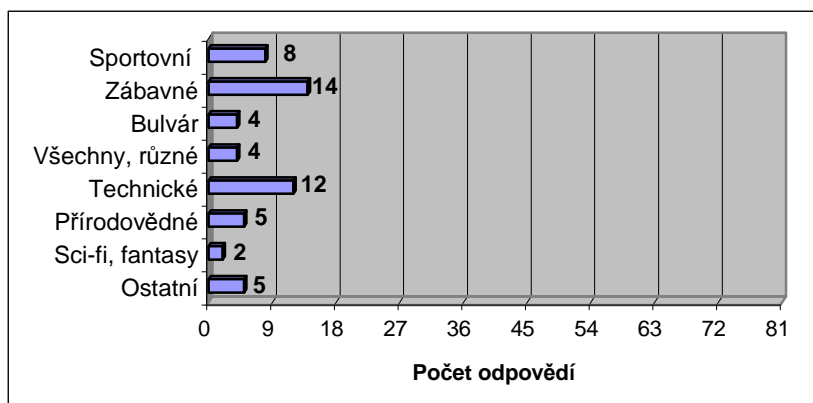
Chlapci	K I	K II	ON I	ON II	NH	D I	D II	D III	Celkem
ANO	5	9	7	8	6	3	9	2	49
bez odpovědi	3	5	1	5	2	4	6	2	28
Nečtu	1	1	1	1	-	-	-	-	4

Graf 84: Četba časopisů - dívky



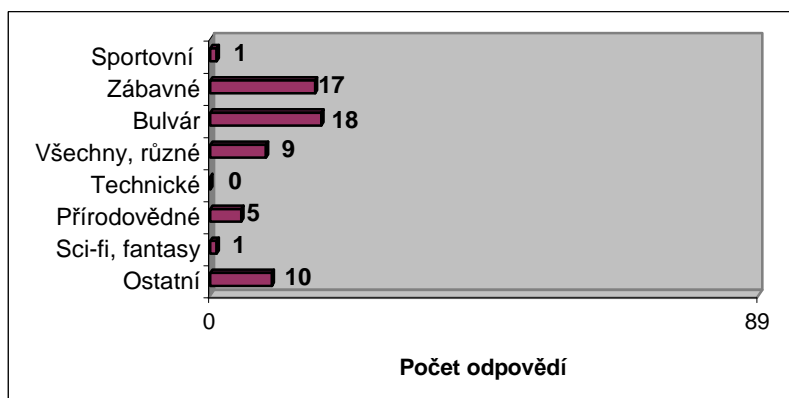
Dívky	K I	K II	ON I	ON II	NH	D I	D II	D III	Celkem
ANO	9	6	11	8	3	10	2	9	58
bez odpovědi	5	2	2	4	2	4	2	10	31

Graf 85: Četba časopisů - články - chlapci



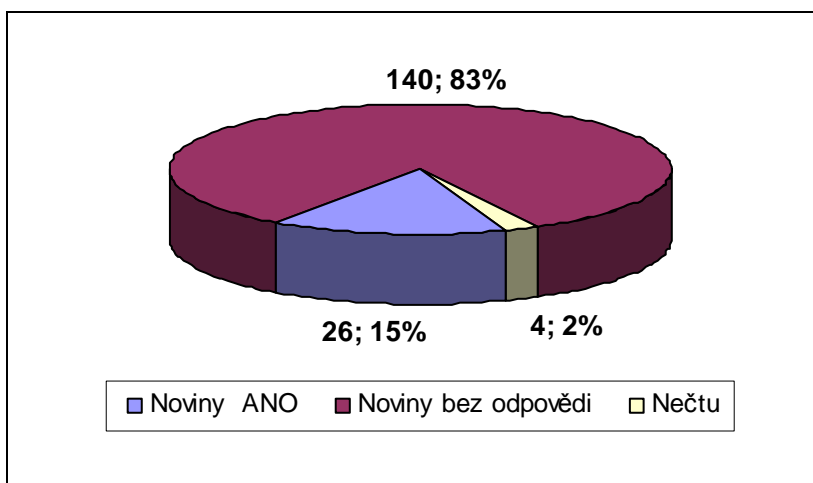
Chlapci	K I	K II	ON I	ON II	NH	D I	D II	D III	Celkem
Sportovní	2	2	-	2	2	-	-	-	8
Zábavné	1	2	3	1	1	1	3	2	14
Bulvár	-	1	2	-	-	-	1	-	4
Všechny, různé	1	1	-	1	-	-	1	-	4
Technické	1	2	3	3	2	-	1	-	12
Přírodovědné	-	-	2	1	1	1	-	-	5
Sci-fi, fantasy	-	1	1	-	-	-	-	-	2
Ostatní	-	2	-	1	1	-	1	-	5

Graf 86: Četba časopisů - články - dívky

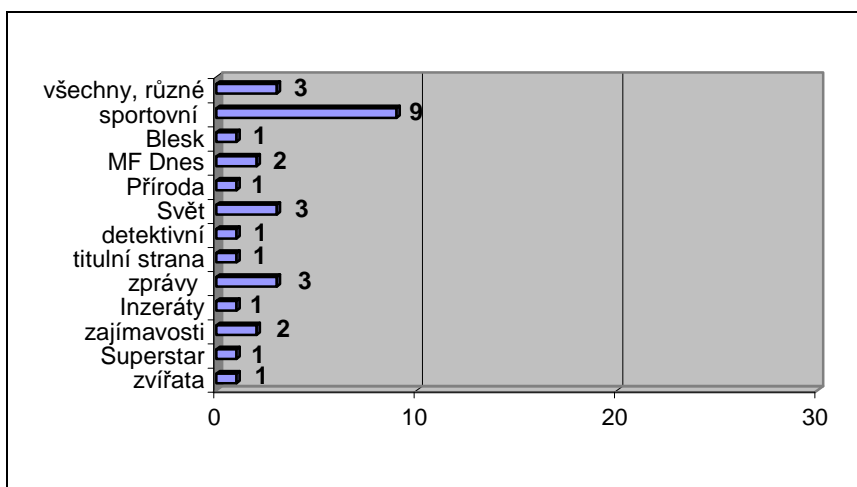


Dívky	K I	K II	ON I	ON II	NH	D I	D II	D III	Celkem
Sportovní	1	-	-	-	-	-	-	-	1
Zábavné	3	2	6	1	2	1	-	2	17
Bulvár	2	3	1	4	2	5	-	1	18
Všechny, různé	3	-	2	-	-	1	1	2	9
Technické	-	-	-	-	-	-	-	-	0
Přírodovědné	-	-	1	1	-	1	-	2	5
Sci-fi, fantasy	-	-	1	-	-	-	-	-	1
Ostatní	-	2	1	1	-	3	1	2	10

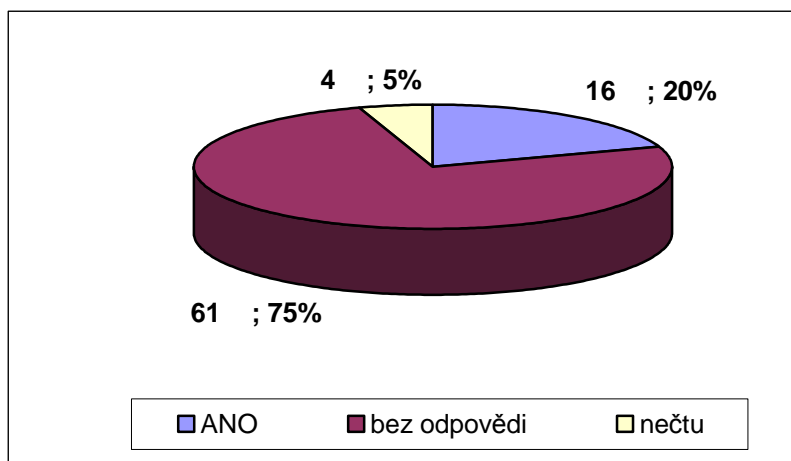
Graf 87: Četba novin



Graf 88: Četba novin - články

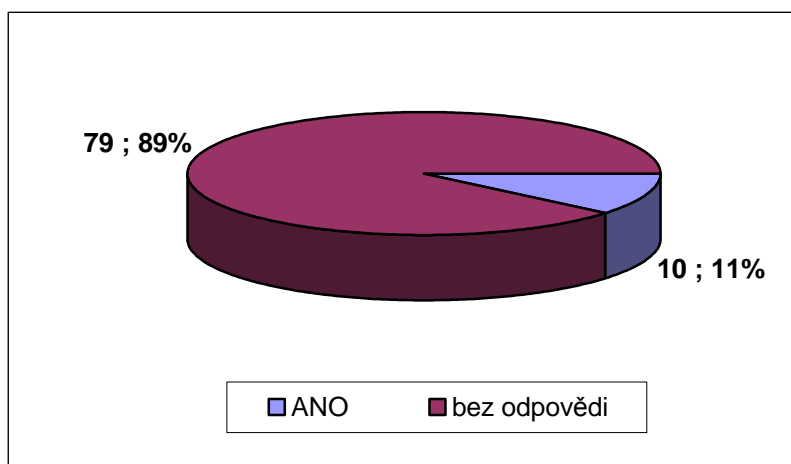


Graf 89: Četba novin - chlapci



Chlapci	K I	K II	ON I	ON II	NH	D I	D II	D III	Celkem
ANO	2	2	3	4	1	-	2	2	16
bez odpovědi	6	12	5	9	7	7	13	2	61
Nečtu	1	1	1	1	-	-	-	-	4

Graf 90: Četba novin - dívky



Dívky	K I	K II	ON I	ON II	NH	D I	D II	D III	Celkem
ANO	1	-	1	2	-	-	3	3	10
bez odpovědi	13	8	12	10	5	14	1	16	79

VYHODNOCENÍ PŘEDPOKLADU:

Z výsledků výzkumného šetření vyplývá, že respondenti se již nevěnují četbě tolik, jako tomu bývalo v dřívějších dobách. Četbu knih potvrdilo jen 56 % dotazovaných. Žáci nejvíce čtou dobrodružnou literaturu. Chlapci dále uvedli sci-fi, dívky romantické romány. Je zřejmé, že o četbu pohádek ztrácí dnešní mládež zájem.

Čtení časopisů uvedlo 63 % všech žáků, což není v porovnání s četbou knih, příliš velký „náskok“. Chlapci mají větší zájem o techniku, děvčata o bulvární články. Největší oblibě se však těší časopisy zábavné.

Noviny se čtou velmi málo a většina dotazovaných tuto možnost neoznačila. Chlapci si v novinách občas přečtou sport, dívky zajímavosti.

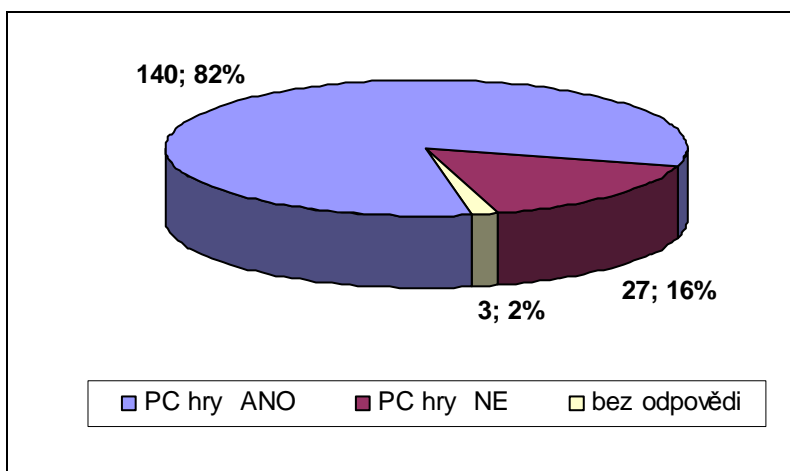
Otázka č. 11

Hraješ rád počítačové hry? Pokud ano, které hry se ti nejvíce líbí?

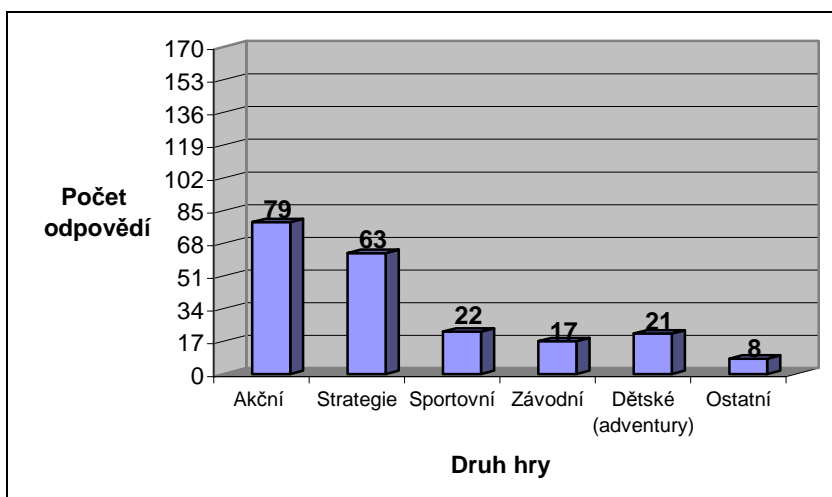
PŘEDPOKLAD:

Počítač je fenomén dnešní doby a je zřejmé že téměř všichni jej používají. Vzhledem k jeho dostupnosti je dnes takřka v každé rodině. Mezi počítačovými hrami opět vítězí hry akční.

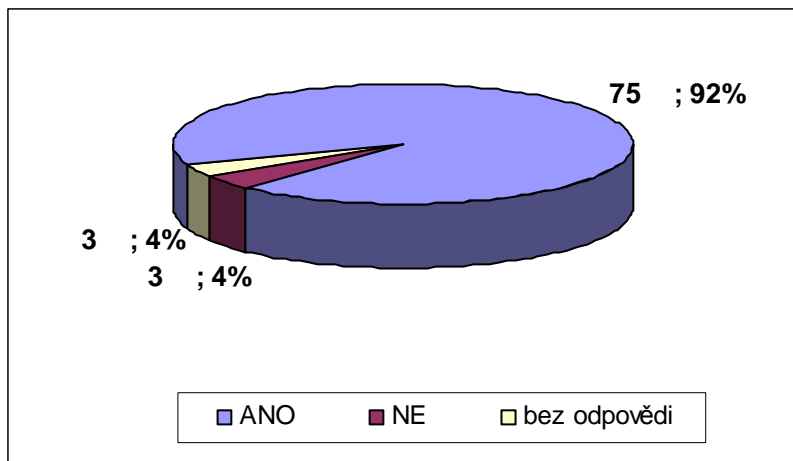
Graf 93: Hraní počítačových her



Graf 94: Druh počítačové hry

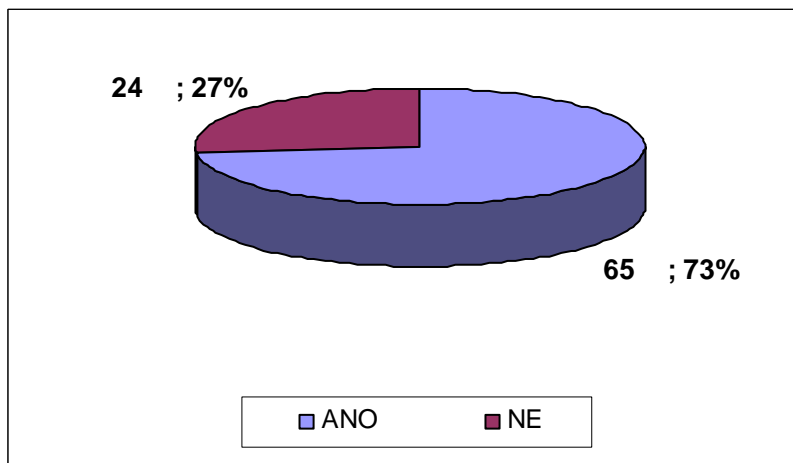


Graf 95: Hraní počítačových her - chlapci



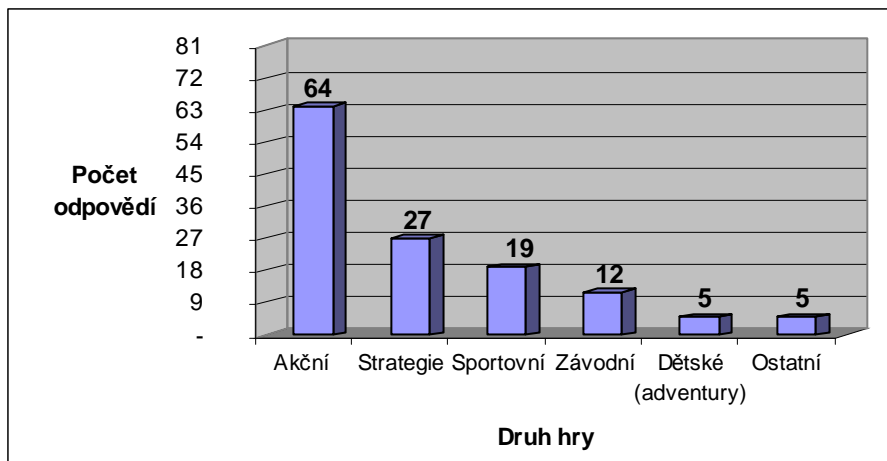
Chlapci	K I	K II	ON I	ON II	NH	D I	D II	D III	Celkem
ANO	9	15	9	12	7	4	15	4	75
NE	-	-	-	1	1	1	-	-	3
bez odpovědi	-	-	-	1	-	2	-	-	3

Graf 96: Hraní počítačových her - dívky



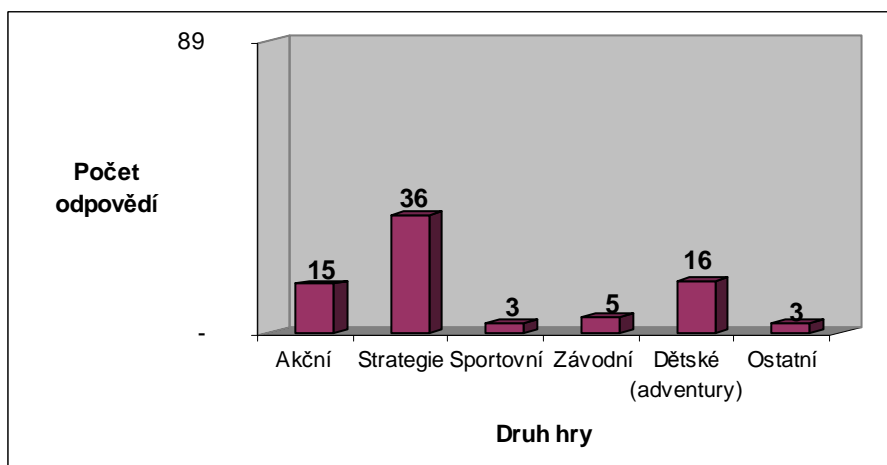
Dívky	K I	K II	ON I	ON II	NH	D I	D II	D III	Celkem
ANO	9	8	10	8	2	11	4	13	65
NE	5	-	3	4	3	3	-	6	24

Graf 97: Druh počítačové hry - chlapani



Chlapci	K I	K II	ON I	ON II	NH	D I	D II	D III	Celkem
Akční	4	15	10	9	6	4	12	4	64
Strategie	6	4	4	4	5	1	3	-	27
Sportovní	2	1	1	6	3	-	2	4	19
Závodní	1	3	1	1	1	1	4	-	12
Dětské (adventury)	-	1	1	1	-	-	-	2	5
Ostatní	2	1	1	-	-	-	1	-	5

Graf 98: Druh počítačové hry - dívky



Dívky	K I	K II	ON I	ON II	NH	D I	D II	D III	Celkem
Akční	1	3	1	3	-	3	-	4	15
Strategie	3	9	3	4	2	7	3	5	36
Sportovní	-	-	1	1	-	1	-	-	3
Závodní	1	2	1	1	-	-	-	-	5
Dětské (adventury)	6	-	1	-	-	4	-	5	16
Ostatní	1	-	1	-	-	-	-	1	3

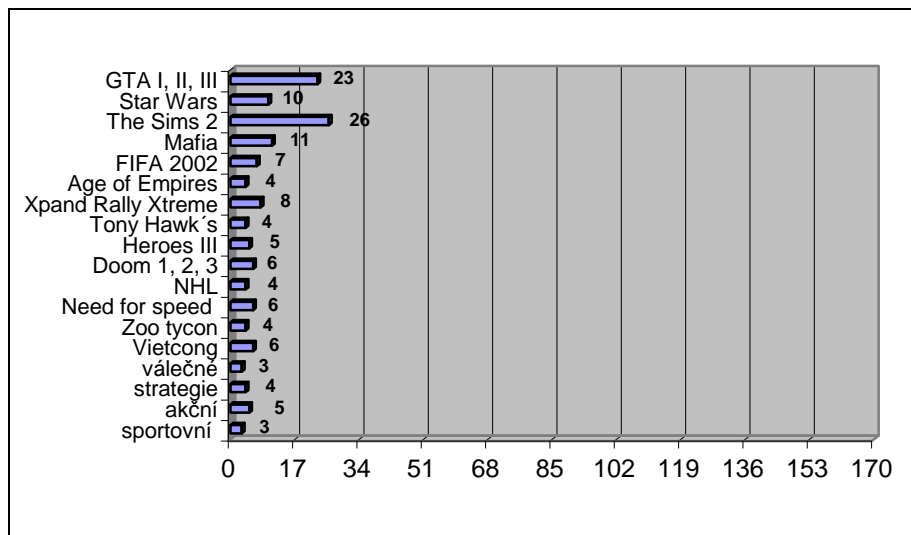
VYHODNOCENÍ PŘEDPOKLADU:

Výsledky výzkumného šetření ukázaly alarmující údaje. Hrám na počítači se věnuje 82 % všech dotazovaných dětí. Pouze 16 % podle dotazníku hry na počítači nehraje a 2 % neodpověděly.

Ještě hůře vycházejí výsledky v porovnání chlapců a dívek. Téměř všichni chlapci (92 %) hrají počítačové hry. Vyhodnocení by nebylo tak znepokojivé, kdyby se jednalo o vhodné hry pro děti. Opak je pravdou. Nejvíce oblíbenými hrami jsou akční hry. „Propadlo“ jim 64 % chlapců! Tento druh počítačových her rozhodně nemá kladný vliv na vývoj a výchovu jedince.

Dívky více lákají hry strategické, o kterých by bylo možno říci, že podporují logické myšlení.

Graf 99: Nejčastěji uvedené počítačové hry



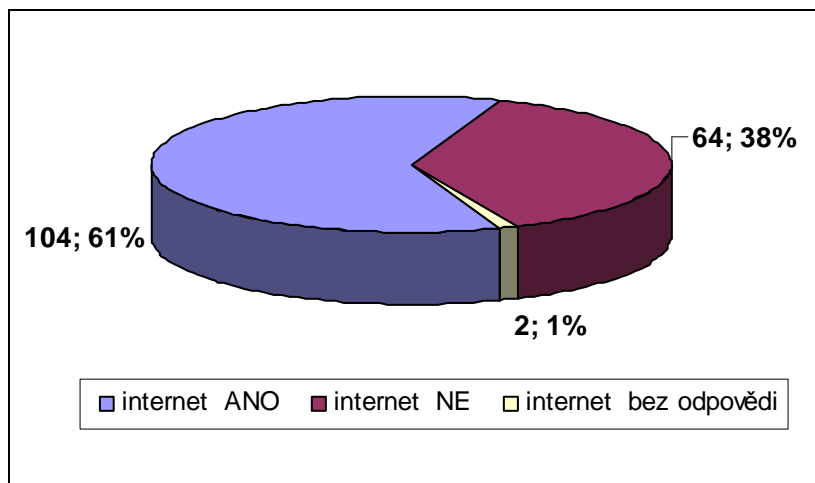
Otázka č. 12

Máš možnost dostat se k internetu? Pokud ano, co nejčastěji vyhledáváš?

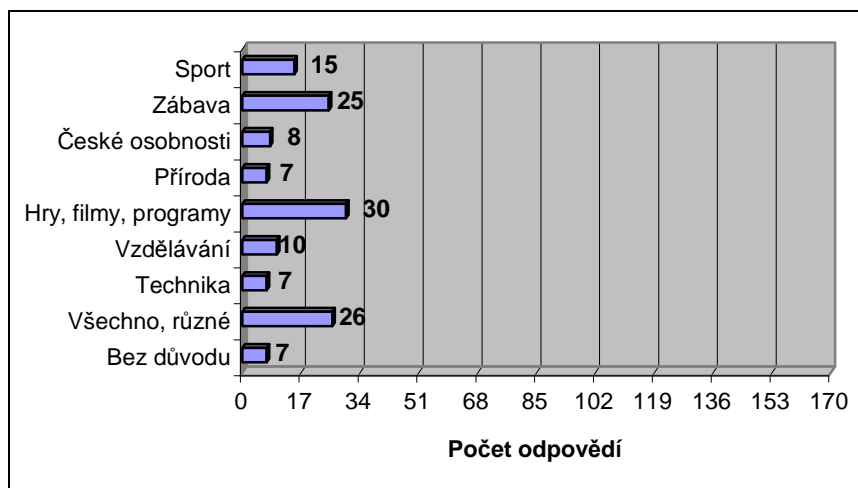
PŘEDPOKLAD:

S dynamickým rozvojem počítačů ve společnosti má stále více lidí přístup k internetu. Také děti tráví „brouzdáním“ po internetu hodně času. Chlapci nejvíce vyhledávají sportovní informace. Dívky se zajímají o příběhy slavných lidí.

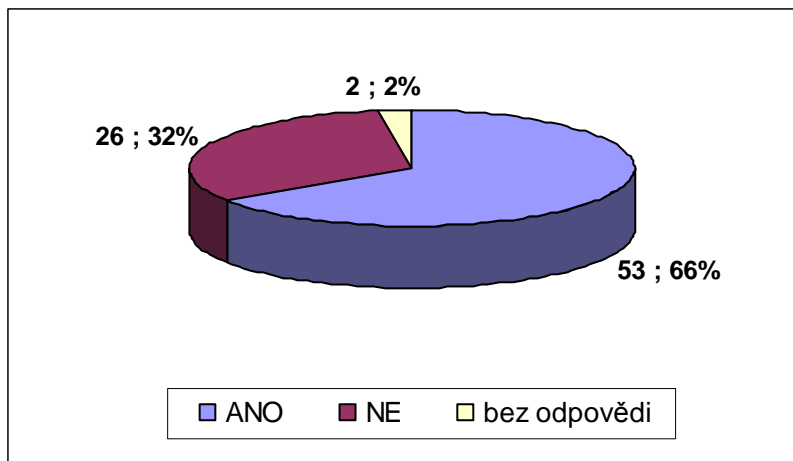
Graf 100: Přístup k internetu



Graf 101: Vyhledávání na internetu

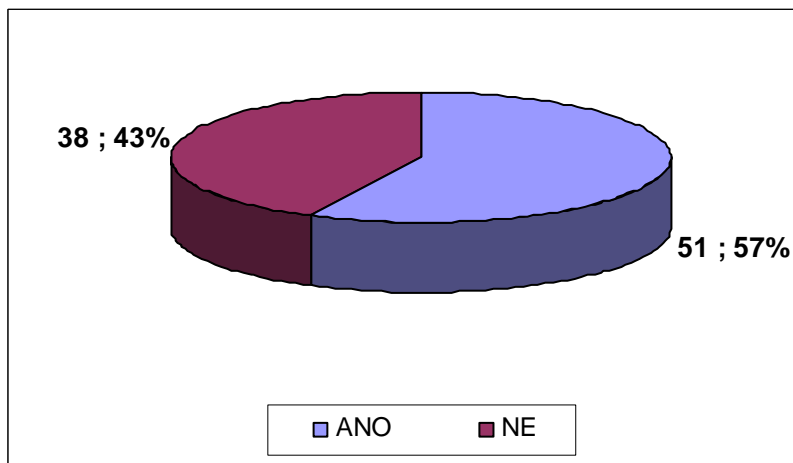


Graf 102: Přístup k internetu - chlapci



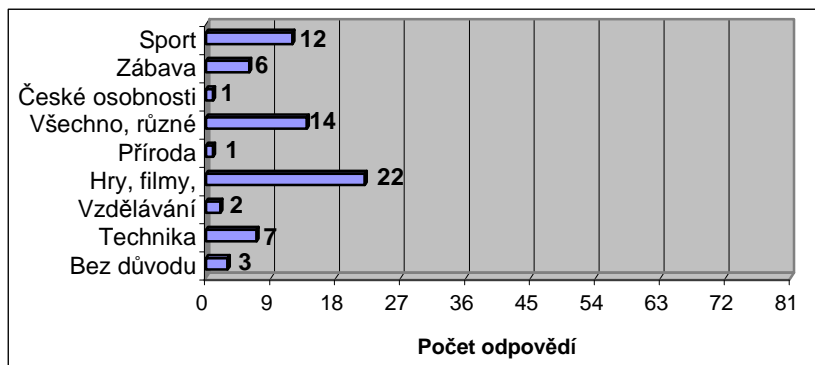
Chlapci	K I	K II	ON I	ON II	NH	D I	D II	D III	Celkem
ANO	7	10	6	10	4	2	10	4	53
NE	2	5	3	4	4	3	5	-	26
bez odpovědi	-	-	-	-	-	2	-	-	2

Graf 103: Přístup k internetu - dívky



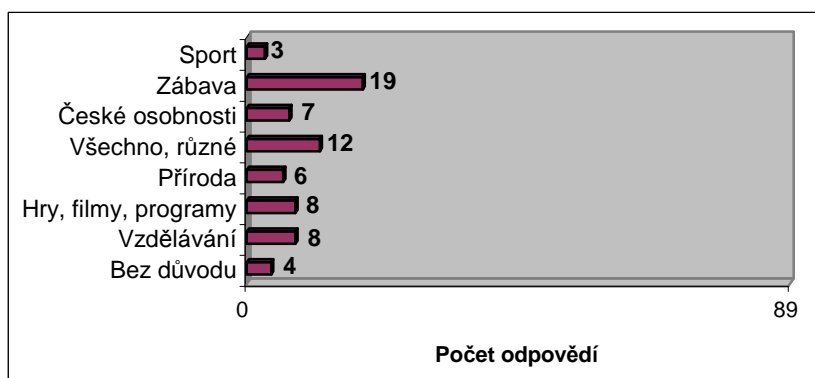
Dívky	K I	K II	ON I	ON II	NH	D I	D II	D III	Celkem
ANO	9	7	9	5	1	10	3	7	51
NE	5	1	4	7	4	4	1	12	38

Graf 104: Vyhledávání na internetu - chlapeci



Chlapci	K I	K II	ON I	ON II	NH	D I	D II	D III	Celkem
Sport	2	-	1	4	1	-	3	1	12
Zábava	1	3	-	-	1	-	1	-	6
České osobnosti	-	-	-	-	-	-	1	-	1
Všechno, různé	1	1	3	3	1	-	3	2	14
Příroda	-	-	1	-	-	-	-	-	1
Hry, filmy, programy	4	3	5	2	1	1	5	1	22
Vzdělávání	1	-	-	1	-	-	-	-	2
Technika	1	2	2	2	-	-	-	-	7
Bez důvodu	1	1	-	-	-	1	-	-	3

Graf 105: Vyhledávání na internetu - dívky



Dívky	K I	K II	ON I	ON II	NH	D I	D II	D III	Celkem
Sport	2	1	-	-	-	-	-	-	3
Zábava	1	4	3	-	1	4	3	3	19
České osobnosti	1	3	1	1	-	-	-	1	7
Všechno, různé	1	-	4	-	1	4	-	2	12
Příroda	-	-	3	1	-	-	-	2	6
Hry, filmy, programy	4	1	1	1	-	1	-	-	8
Vzdělávání	2	3	-	1	-	2	-	-	8
Bez důvodu	1	-	-	1	-	1	1	-	4

VYHODNOCENÍ PŘEDPOKLADU:

Přístup k internetu má 61 % všech dotazovaných (66 % chlapců a 57 % dívek). Vyhledávaná témata na internetu jsou přibližně stejná jako témata časopisů, které žáci již dříve uvedli. Novinkou kterou, internet nabízí oproti písemným formám komunikace je stahování her a filmů, kterého chlapci využívají více než dívky. Sledují také sportovní informace. Dívky dávají přednost zábavě jako takové.

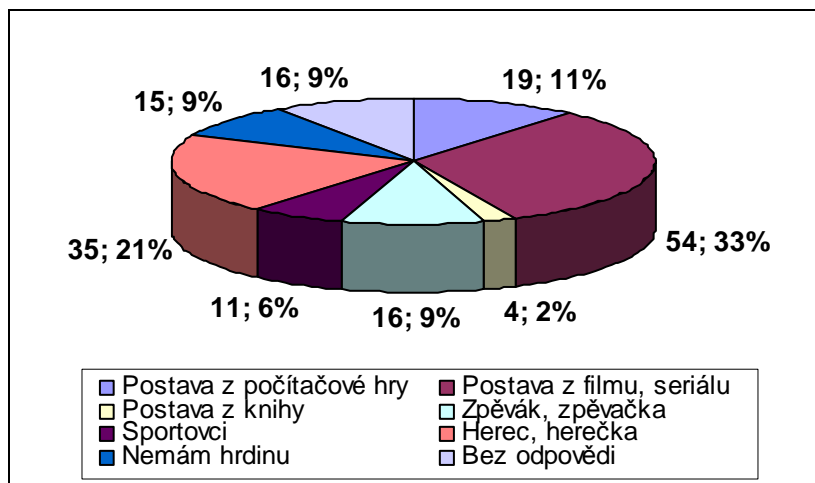
Otázka č. 13

Jaký je tvůj nejoblíbenější hrdina z televize, časopisu, knihy, počítačových her nebo rádia? Napiš, čím tě zaujal.

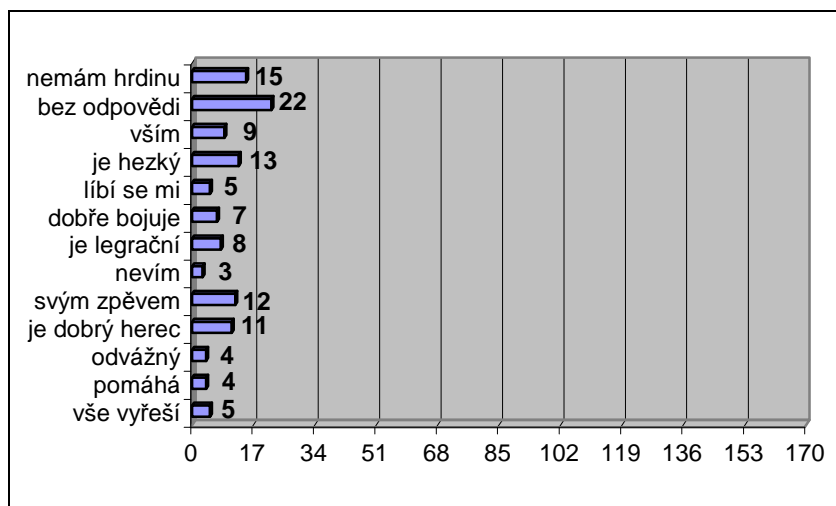
PŘEDPOKLAD:

Nejoblíbenějším hrdinou je pro děti herec nebo postava z filmů či počítačových her, které nejčastěji sledují a hrají. Chlapecký vzor je akční hrdina, který je obdivován pro jeho sílu a neohroženost. Dívčí hrdina je postava z románu. Děti by se rády svému idolu podobaly.

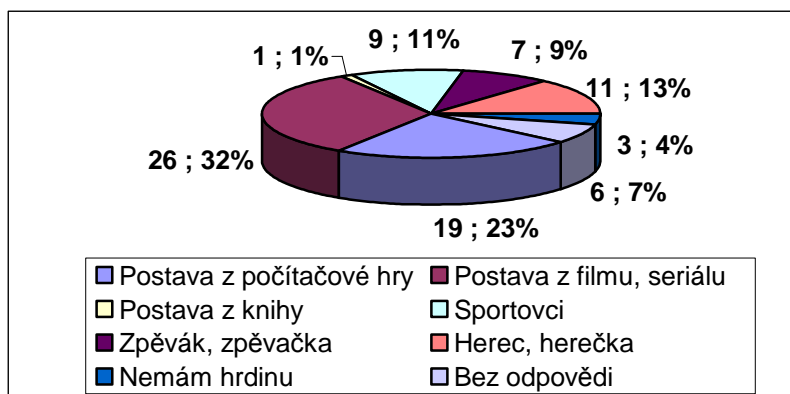
Graf 106: Nejoblíbenější hrdina



Graf 107: Důvod oblíbenosti hrdiny

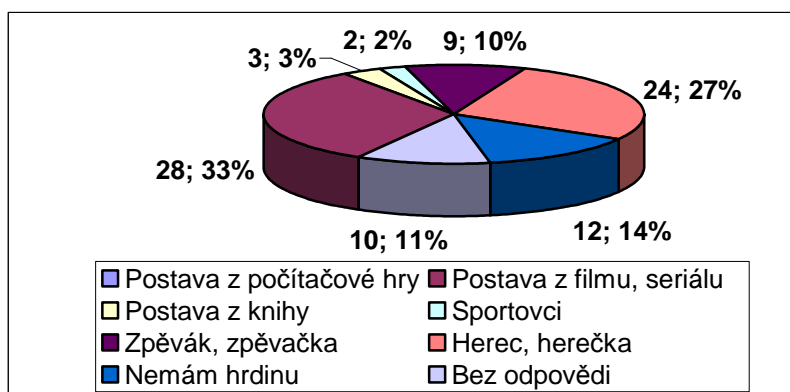


Graf 108: Nejoblíbenější hrdina - chlapci



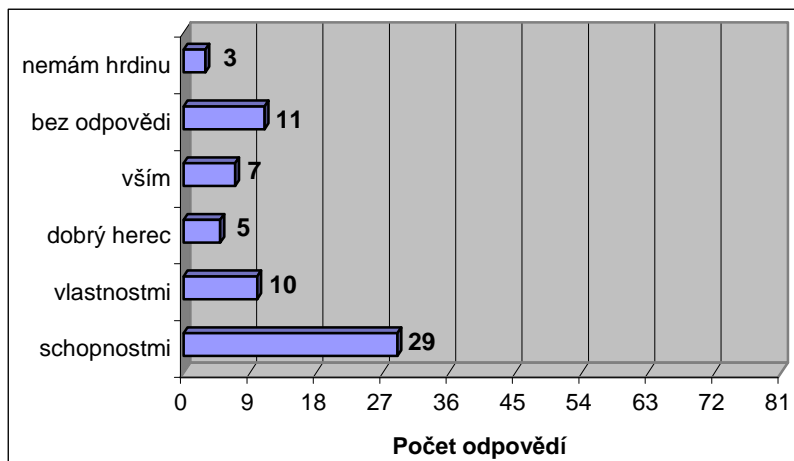
Chlapci	K I	K II	ON I	ON II	NH	D I	D II	D III	Celkem
Postava z počítačové hry	2	3	2	3	3	1	4	1	19
Postava z filmu, seriálu	3	3	2	7	-	1	10	-	26
Postava z knihy	-	-	-	1	-	-	-	-	1
Sportovci	1	1	2	1	2	-	-	2	9
Zpěvák, zpěvačka	2	1	1	1	1	-	1	-	7
Herec, herečka	-	5	1	2	1	1	1	-	11
Nemám hrdinu	-	-	1	-	1	1	-	-	3
Bez odpovědi	2	-	-	1	-	3	-	-	6

Graf 109: Nejoblíbenější hrdina - dívky



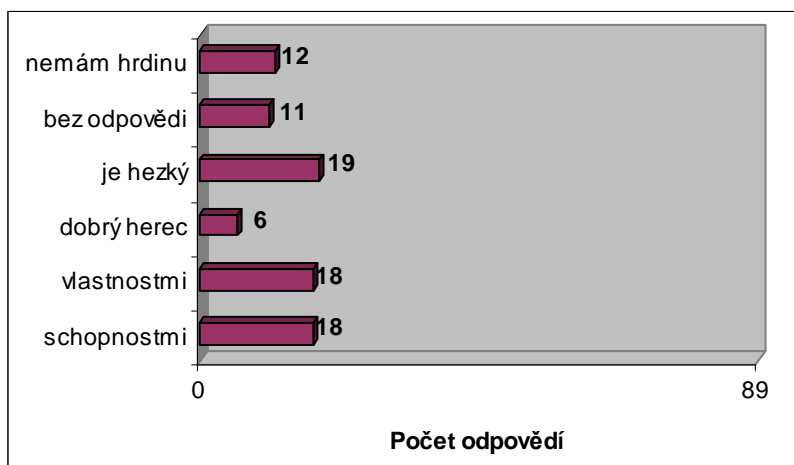
Dívky	K I	K II	ON I	ON II	NH	D I	D II	D III	Celkem
Postava z počítačové hry	-	-	-	-	-	-	-	-	0
Postava z filmu, seriálu	5	3	3	4	-	4	1	8	28
Postava z knihy	-	-	-	-	-	1	2	-	3
Sportovci	2	-	-	-	-	-	-	-	2
Zpěvák, zpěvačka	3	-	-	-	2	2	-	2	9
Herec, herečka	3	5	5	4	1	5	-	1	24
Nemám hrdinu	-	-	4	2	2	-	1	3	12
Bez odpovědi	3	-	-	-	-	1	1	5	10

Graf 110: Důvod oblíbenosti hrdiny - chlapeč



Chlapci	K I	K II	ON I	ON II	NH	D I	D II	D III	Celkem
nemám hrdinu	-	-	1	-	1	1	-	-	3
bez odpovědi	2	2	1	1	1	4	-	-	11
vším	-	-	1	3	-	1	1	1	7
dobrý herec	-	2	1	1	-	-	-	1	5
vlastnostmi	1	4	1	-	2	-	2	-	10
schopnostmi	3	2	3	6	5	1	9	-	29

Graf 111: Důvod oblíbenosti hrdiny - dívky

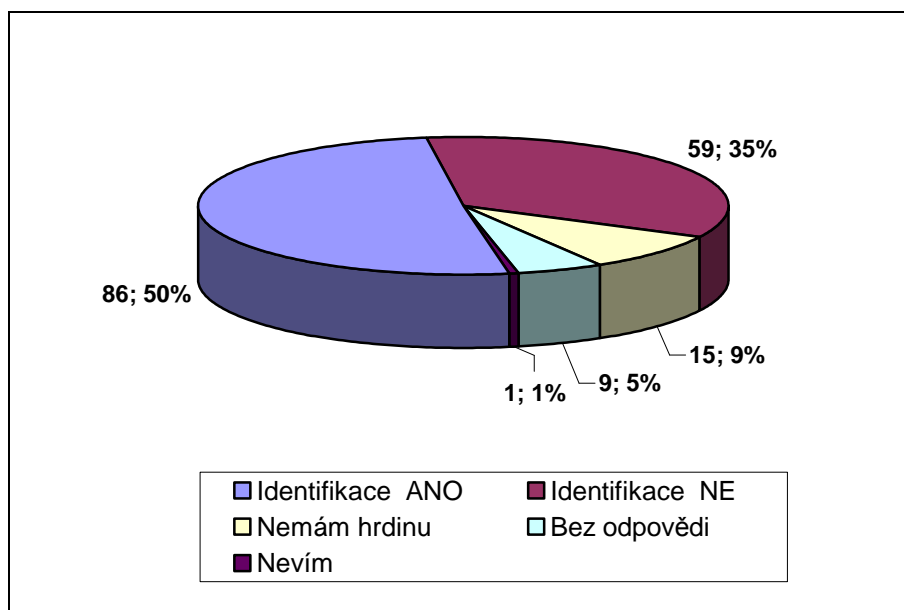


Dívky	K I	K II	ON I	ON II	NH	D I	D II	D III	Celkem
nemám hrdinu	-	-	4	2	2	-	1	3	12
bez odpovědi	4	-	-	-	-	1	-	6	11
je hezký	4	4	-	-	2	2	4	3	19
dobrý herec	-	2	1	-	-	2	-	1	6
vlastnostmi	6	2	2	2	-	2	-	4	18
schopnostmi	3	3	3	1	2	4	-	2	18

Podotázka č. 13

Chtěl(a) bys být jako tvůj hrdina?

Graf 112: Identifikace s hrdinou



VYHODNOCENÍ PŘEDPOKLADU:

Jak lze vyčíst z grafů, oblíbený hrdina u chlapců a dívek je postava z filmu či seriálu. Chlapci nejčastěji uvedli postavu Harryho Pottera, dívky hlavní hrdinku z telenovely Má tlustá Valentýna. 23 % chlapců našlo svého oblíbeného hrdinu v počítačových hrách. Většinou šlo o bojové, akční hry. Chlapce nejvíce zaujali schopnosti zvoleného hrdiny.

Dívky vůbec nezaujali počítačové hrdinové. Ty daly přednost, jak již bylo zmíněno, dívčí hrdince z televizních seriálů. Lze to také předpokládat, neboť dnes jsou jimi televizní stanice, především komerční, doslova nabity a podle povahy seriálu k nim mají dívky blíže než chlapci. Velký podíl oblíbených hrdinů vychází také z kategorie herec – herečka. V této kategorii se objevil velký počet nejrůznějších jmen. Nejvyšší počet, na kterém se dívky shodly, bylo 5 „hlasů“ pro amerického herce Brada Pitta. Mezi důvody oblíbenosti hrdiny patří vlastnosti, schopnosti a navíc také krása hrdiny. Významnou skupinu odpovědí také tvoří odpověď „nemám hrdinu“, kterou označilo až 12 dívek.

Co se týče hrdinů z knih, je jich velmi málo, jelikož jak se ukázalo, není četba v takové oblibě jako kdysi. Na tom všem má největší podíl zejména televize a počítače.

Přesná polovina všech respondentů by se ráda podobala svému hrdinovi. V případě dívek a jejich zvolených hrdinů, nehrozí riziko negativního ztotožnění, neboť tito hrdinové mají čistě kladný charakter. U chlapců je situace poněkud horší při představě, že by se rádi podobali hrdinovi z akční počítačové hry.

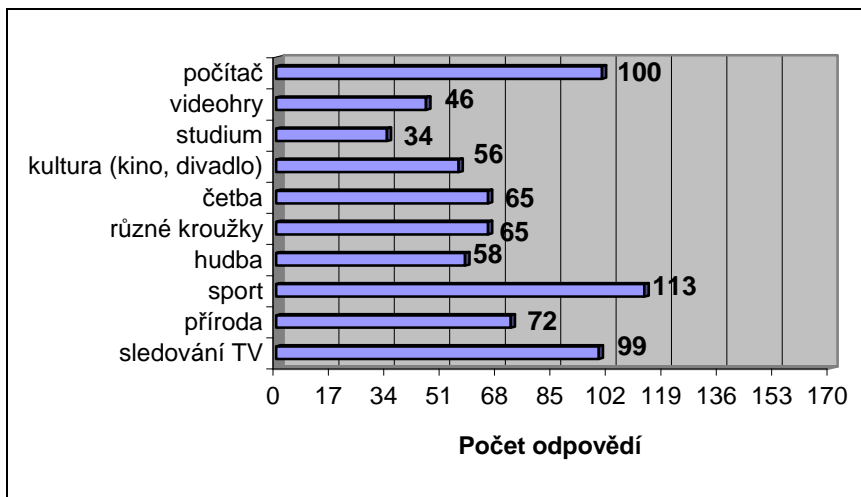
Otázka č. 14

Jak trávíš svůj volný čas?

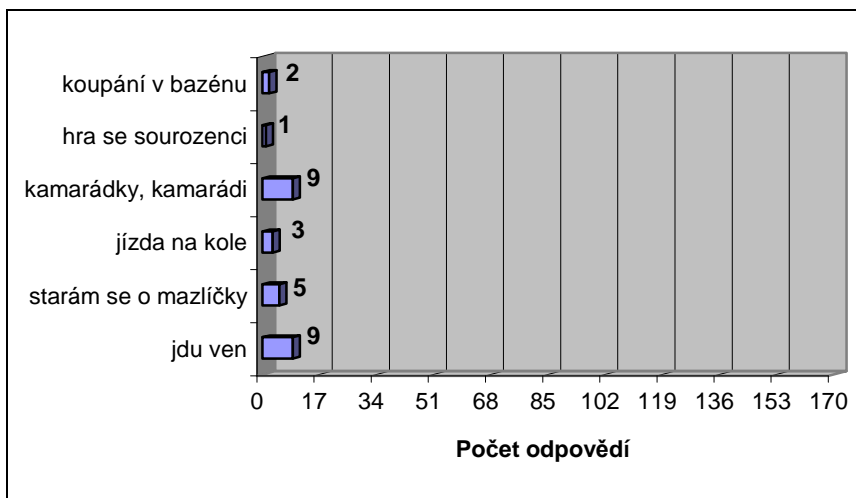
PŘEDPOKLAD:

Převážná skupina dotazovaných tráví svůj volný čas u počítače nebo televize. Lze také předpokládat, že se žáci věnují svým školním povinnostem a zájmovým kroužkům.

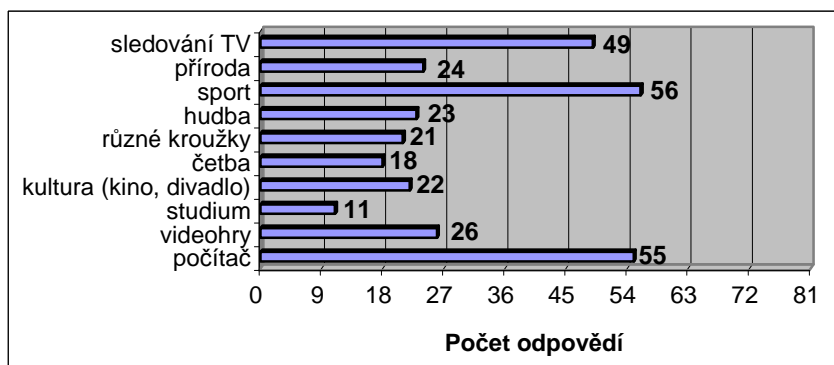
Graf 115: Volný čas



Graf 116: Volný čas – jiné aktivity

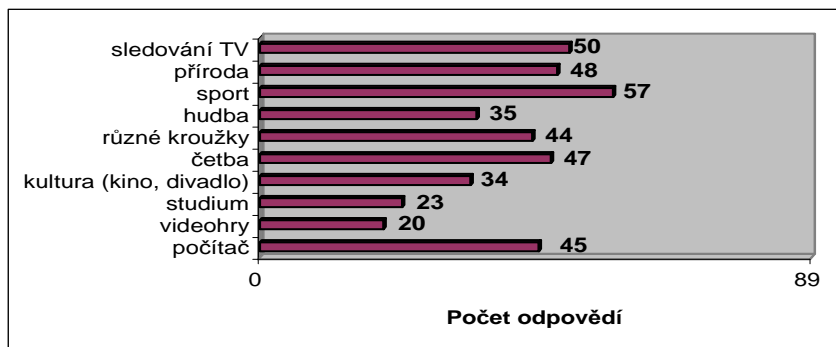


Graf 117: Volný čas - chlapci



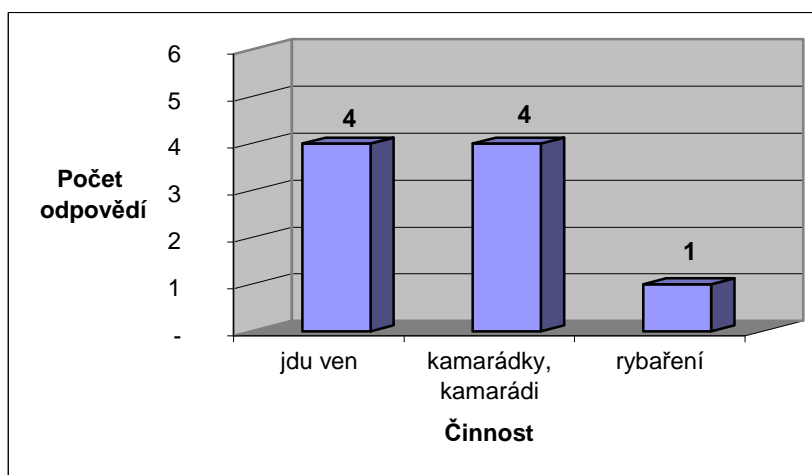
Chlapci	K I	K II	ON I	ON II	NH	D I	D II	D III	Celkem
sledování TV	7	8	6	10	6	2	7	3	49
příroda	1	3	2	6	3	1	7	1	24
sport	6	12	7	10	6	3	9	3	56
hudba	6	1	1	6	3	1	3	2	23
různé kroužky	1	5	2	3	3	2	5	-	21
četba	1	2	-	2	3	2	7	1	18
kultura (kino, divadlo)	2	3	4	4	3	1	3	2	22
studium	1	-	1	2	2	3	2	-	11
videohry	4	7	4	2	4	1	2	2	26
Počítač	9	12	5	7	5	3	10	4	55

Graf 118: Volný čas - dívky



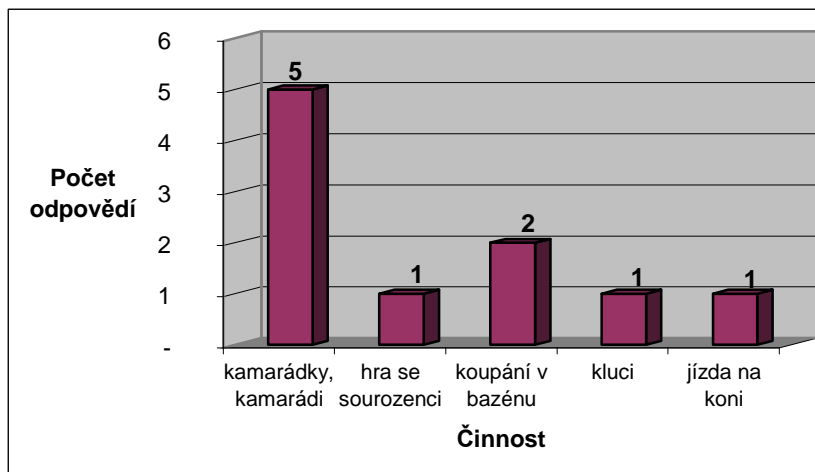
Dívky	K I	K II	ON I	ON II	NH	D I	D II	D III	Celkem
sledování TV	6	4	8	3	3	11	4	11	50
příroda	7	4	2	9	1	11	3	11	48
sport	7	8	9	9	2	8	2	12	57
hudba	4	4	4	6	-	9	1	7	35
různé kroužky	7	4	1	5	2	9	3	13	44
četba	10	3	2	7	2	7	3	13	47
kultura (kino, divadlo)	5	4	4	5	1	5	3	7	34
studium	3	4	-	2	1	6	2	5	23
videohry	2	4	2	-	-	5	2	5	20
počítač	7	7	5	4	2	9	4	7	45

Graf 119: Volný čas - jiné aktivity - chlapci



Chlapci	K I	K II	ON I	ON II	NH	D I	D II	D III	Celkem
jdu ven	-	-	1	1	-	-	2	-	4
kamarádky, kamarádi	-	-	1	1	-	1	1	-	4
rybaření	-	-	-	-	1	-	-	-	1

Graf 120: Volný čas - jiné aktivity - dívky



Dívky	K I	K II	ON I	ON II	NH	D I	D II	D III	Celkem
kamarádky, kamarádi	1	2	-	-	1	-	-	1	5
hra se sourozenci	-	1	-	-	-	-	-	-	1
koupání v bazénu	-	1	1	-	-	-	-	-	2
kluci	-	1	-	-	-	-	-	-	1
jízda na koni	-	-	-	-	-	-	-	1	1

VYHODNOCENÍ PŘEDPOKLADU:

Nejvíce stráveného volného času u chlapců i dívek zaujímá sport, což je velice příjemné zjištění. Otázkou ale zůstává místo sportování těch, kteří takto odpověděli, neboť ve městech ani na sídlištích ke sportování příliš dobré podmínky nejsou. To je také důkaz toho, že hned po sportu, většina dotazovaných tráví čas u počítače nebo sledováním televize a to naopak příjemné zjištění není, i když z důvodů zde uvedených, je tento jev celkem pochopitelný.

1.5 Shrnutí výzkumného šetření

Výzkumné šetření odhalilo určité významné skutečnosti. Ačkoliv výsledky několika otázek vyšly zcela pozitivně, při celkovém pohledu na výzkumné šetření je vyhodnocení spíše negativní z hlediska vlivu médií na mládež.

Jeden z pozitivních výsledků je sledování televize po škole. Je potěšující, že většina respondentů tráví před televizní obrazovkou krátkou dobu, i přesto, že polovina z nich má televizní přístroj v dětském pokoji. Na druhou stranu může být i takovýto výsledek negativní při uvážení, že respondenti nejčastěji sledují pro ně nevhodné pořady. Výzkumné šetření totiž prokázalo, že značné oblíbenosti se těší akční filmy, horory a sci-fi. Je smutné, že děti nejeví žádný zájem o pohádky, ať už v televizní či knižní podobě. Umístění televizorů v dětských pokojích má zřejmě také špatný vliv na sledování pořadů po 20. hodině. Z výzkumného šetření vyplývá, že dětský divák je méně kontrolován, rodiče tolik neuplatňují zákazy nevhodných pořadů a dítě je tak přímo vystaveno negativním vlivům. Nejčastěji sleduje televizní stanici Nova, která je však svým působením zaměřena na starší populaci (přesněji 15 – 54 let!) a je pro tedy pro dítě absolutně nevhodná.

Ve výzkumném šetření se také objevily jisté nesrovnalosti v odpovědích. I přesto, že většina respondentů uvedla nejčastější sledovanost akčních filmů a hororů, oblíbený pořad a oblíbený hrdina do těchto žánrů nespádají. Zařazují se mezi rodinné seriály, které nemají na děti až tak špatný vliv. Spíše naopak. Děti vysvětlují svou oblību především pro dobré vlastnosti hlavních postav. Nehrozí zde proto ani velké riziko identifikace se záporným hrdinou.

Velmi negativní vliv na děti a mládež však mají akční a další nevhodné počítačové hry. Hráme se věnuje až 92 % všech chlapců, což je výsledek dosti

pobuřující. Této činnosti také odpovídá výsledek otázky č. 14, kdy hned po sportu jsou počítač a sledování TV nejčastější odpovědi.

Po důkladném zpracování všech zodpovězených otázek lze bohužel dojít k závěru, že média mají, a zřejmě stále budou mít, na děti negativní vliv, dokud některá instituce či rodiče nezakročí vhodným mediálním působením.

ZÁVĚR

Tato diplomová práce pojednává o různých typech médií, které nás obklopují a ovlivňují jistou formou naše životy. Cílem mé práce bylo seznámit se s problematikou médií a získat určitou představu o vlivech, které mají na celou populaci, zvláště na děti a mládež. Nahlédla jsem do samotného počátku a dalšího vývoje médií, seznámila se s některými procesy naší společnosti a především jsem získala představu o nebezpečí v podobě negativního působení médií na děti a mládež.

Podstavou celé diplomové práce bylo zjistit, jaký vztah mají děti a mládež k masovým médiím, a jakému vlivu, ať už pozitivnímu či negativnímu, jsou denně vystaveni. Toho jsem docílila výzkumným šetřením provedeným v osmi českobudějovických základních školách. Zde se ukázalo, že děti chápou média jako již neodmyslitelnou formu informací a zábavy, kterou jim poskytují. Věnují se však zejména sledování nevhodných televizních pořadů a hrám počítačových her, které nejsou přiměřené jejich věku. Tyto činnosti na ně působí velmi negativně. Z těchto výsledků však nelze vinit pouze děti samotné. Z šetření vyplývá, že nemalou vinu nesou také rodiče především tím, že umisťují televizory do dětských pokojů, nechávají děti sledovat televizní pořady v pozdních hodinách a zejména tím, že dětem nevhodné pořady nezakazují. Ve výzkumu se ukázalo, že se takto chová až polovina rodičů dotazovaných žáků.

Zjištění o největší sledovanosti televizních stanic Nova a Prima, jež jsou stanice komerční a závislé na zisku z televizních reklam, nevěští nic dobrého. Jejich hlavní televizní zprávy připomínají více „černou kroniku“ a o kladném vlivu na mládež nemůže být ani řeč. Jistě to trochu kompenzují vzdělávací pořady a zábavné hry vysílané na veřejnoprávních stanicích. Ty mají velmi

pozitivní vliv na zdravý vývoj dětí. Také internet, který je dnes téměř všem dostupný, má kromě záporného též kladný vliv na vzdělanost a všeobecný rozhled dětí, neboť nabízí nepřehledné množství užitečných informací.

Pozitivní výsledky výzkumného šetření shledávám především v malém počtu hodin, který děti stráví před televizní obrazovkou, a výběrem ve větší míře kladných hrdinů, které děti považují za své vzory. Je rovněž potěšující zájem o sport, který děti umístily na první pozici ve volnočasových aktivitách a převažuje tak nad využíváním médií.

Mým záměrem v této práci bylo docílit toho, aby negativní působení médií na mládež byla převedena na pozitivní prostřednictvím mediální výchovy ve školách a vlivem výchovy rodičů.

Seznam literatury

Bína, D. a kolektiv: *Výchova k mediální gramotnosti*, České Budějovice, Jihočeská univerzita, 2005, ISBN 80-7040-844-8

Giddens, A.: *Sociologie*, Praha, Argo, 1999, ISBN 80-7203-124-4

Jiráček J., Köpplová B.: *Média a společnost: stručný úvod do studia médií a mediální komunikace*. Praha, Portál, 2003, ISBN 80-7178-697-7

Kolektiv autorů: *Rámcový vzdělávací program pro základní vzdělávání s přílohou upravující vzdělávání žáků s lehkým mentálním postižením*, Praha, Výzkumný ústav pedagogický, 2005

Kunczik, M.: *Základy masové komunikace*. Praha, Karolinum, 1995
ISBN 80-7184-134-X

Landová, M., Škaloudová, M., Dobal, J.: *Rozhlas, televize, škola – místa doteku*, Ústav pro informace ve vzdělání, Praha, TAURIS, 2003,
ISBN 80-211-0447-3

McQuail, D.: *Úvod do teorie masové komunikace*, Praha, Portál, 1999,
ISBN 80-7178-200-9

Mičienka, Jiráček, J. a kol.: *Rozumět médiím: základy mediální výchovy pro učitele*, Partners Czech, 2006, ISBN 80-239-6762-2

Navrátil, P.: *Internet pro školy*, Kralice na Hané, Computer Media s.r.o., 2004
ISBN 80-86686-16-7

Randlíková, A., Němec, V.: Hromadné sdělovací prostředky – mládež – kultura. Praha, Ústav pro výzkum kultury, 1979,

Říčan P., Pithartová D.: Krotíme obrazovku: Jak vést děti k rozumnému užívání médií. Praha, Portál, 1995, ISBN 80-7178-084-7

ZDROJE Z INTERNETU:

Jirák, J.: Metodický portál Rámcového vzdělávacího programu. Praha, URL.: <http://www.rvp.cz/sekce/282>

Vyhnálek, J.: *Vliv násilí v médiích na vývoj dětí.* URL.:<http://www.rodina.cz/clang4514.htm>

Česká televize: URL: <http://www.ceskatelevize.cz/ct/historie/index.php>

Český rozhlas: URL: <http://www.rozhlas.cz/portal/portal/>

Přílohy

Dotazník

Milí přátelé a kamarádi,

byla bych velmi ráda, kdybyste mi vyplněním tohoto anonymního dotazníku pomohli v mé diplomové práci. Cílem dotazníku je zjistit, jaký vliv mají televize, rozhlas, počítač a tisk na mládež. Předem děkuji za vaše upřímné odpovědi.

Základní škola:

Pohlaví: chlapec dívka

Věk:

1. Jaké přístroje máš doma?

- televizor DVD
 video satelit
 počítač

Máš televizor ve svém pokoji?

- ano ne

2. Kolik hodin denně trávíš u televizoru po škole?

- asi hodinu 2 – 4 hodiny někdy celé odpoledne

3. Kolik hodin denně trávíš u televizoru o víkendu?

- asi hodinu 2 – 4 hodiny někdy celé odpoledne

4. Jaká je tvoje nejoblíbenější televizní stanice?

- Nova Prima
 ČT 1 jiná – uveď jaká:
 ČT 2

5. Díváš se na televizi po 20. hodině?

- ano ne

6. Zakazují ti rodiče některé televizní pořady?

- ano – uveď které a proč:
 ne

7. Na které televizní pořady se díváš nejčastěji?

Pořady, které uvedeš, označuj stupnicí 1 – nejlepší až 5 – nejhorší.

- | | |
|-------------------------------------------|---------------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> zábavné | <input type="checkbox"/> soutěžní |
| <input type="checkbox"/> hudební | <input type="checkbox"/> sci-fi |
| <input type="checkbox"/> akční | <input type="checkbox"/> naučné |
| <input type="checkbox"/> diskusní | <input type="checkbox"/> přírodovědné |
| <input type="checkbox"/> pohádkové..... | <input type="checkbox"/> historické |
| <input type="checkbox"/> kriminální | <input type="checkbox"/> horory |
-

8. Jaký je tvůj nejoblíbenější televizní pořad, film nebo seriál? Napiš, čím tě zaujal?

název:

proč:

9. Posloucháš rádio?

ano – kterou stanicí:

ne

10. Co čteš nejraději?

knihy – které žánry tě zajímají:

časopisy – které články tě zajímají:

noviny – které články tě zajímají:

11. Hraješ rád počítačové hry? Pokud ano, které hry se ti nejvíce líbí?

ano – název hry:

ne

12. Máš možnost dostat se k internetu? Pokud ano, co nejčastěji vyhledáváš?

ano – vyhledávám:

ne

13. Jaký je tvůj nejoblíbenější hrdina z televize, časopisu, knihy, počítačových her nebo rádia?

jméno hrdiny:

Napiš, čím tě zaujal?

.....
.....

Chtěl(a) bys být jako tvůj hrdina?

ano

ne

14. Jak trávíš svůj volný čas?

sledování TV četba

příroda kultura (kino, divadlo)

sport studium

hudba videohry

různé kroužky počítač

Jiná možnost:

Děkuji za pomoc a pravdivé vyplnění dotazníku.

Dotazník

Milí přátelé a kamarádi,

byla bych velmi ráda, kdybyste mi vyplněním tohoto anonymního dotazníku pomohli v mé diplomové práci. Cílem dotazníku je zjistit, jaký vliv mají televize, rozhlas, počítač a tisk na mládež. Předem děkuji za vaše upřímné odpovědi.

Základní škola: *ZŠ Dukelská 11.....*

Pohlaví: chlapec dívka

Věk: *11. let*

1. Jaké přístroje máš doma?

- televizor DVD
 video satelit
 počítač

Máš televizor ve svém pokoji?

- ano ne

2. Kolik hodin denně trávíš u televizoru po škole?

- asi hodinu 2 – 4 hodiny někdy celé odpoledne

3. Kolik hodin denně trávíš u televizoru o víkendu?

- asi hodinu 2 – 4 hodiny někdy celé odpoledne

4. Jaká je tvoje nejoblíbenější televizní stanice?

- Nova Prima
 ČT 1 jiná – uveď jaká:

ČT 2

5. Díváš se na televizi po 20. hodině?

- ano ne

6. Zakazují ti rodiče některé televizní pořady?

- ano – uveď které a proč: *některé jsou moc nudné takže mi je naloží (nevstala bych)*
 ne

7. Na které televizní pořady se díváš nejčastěji?

Pořady, které uvedeš, oznámkuj stupnicí 1 – nejlepší až 5 – nejhorší.

- zábavné *.1..* soutěžní
 hudební sci-fi
 akční naučné
 diskusní přírodovědné *.1..*
 pohádkové historické *.1..*
 kriminální horory

8. Jaký je tvůj nejoblíbenější televizní pořad, film nebo seriál? Napiš, čím tě zaujal?

název: *Baně an. zelené sedmy*
proč: *je to na venkově a má se mi líbí*

9. Posloucháš rádio?

ano – kterou stanicí: *Faktor*
 ne

10. Co čteš nejraději?

knihy – které žánry tě zajímají: *romány*
 časopisy – které články tě zajímají: *jak si říjí hvězdy*
 noviny – které články tě zajímají: *co se stáje kolem nás*

11. Hraješ rád počítačové hry? Pokud ano, které hry se ti nejvíce líbí?

ano – název hry: *Sims 2*
 ne

12. Máš možnost dostat se k internetu? Pokud ano, co nejčastěji vyhledáváš?

ano – vyhledávám:
 ne

13. Jaký je tvůj nejoblíbenější hrdina z televize, časopisu, knihy, počítačových her nebo rádia?

jméno hrdiny: *nemám* *herdina*

Napiš, čím tě zaujal?

.....
.....

Chtěl(a) bys být jako tvůj hrdina?

ano
 ne

14. Jak trávíš svůj volný čas?

sledování TV četba
 příroda kultura (kino, divadlo)
 sport studium
 hudba videohry
 různé kroužky počítač

Jiná možnost: *trávím hodně času s kamarádkou*

Děkuji za pomoc a pravdivé vyplnění dotazníku.