

UNIVERZITA JANA AMOSE KOMENSKÉHO PRAHA

BAKALÁŘSKÉ PREZENČNÍ STUDIUM

2015-2018

BAKALÁŘSKÁ PRÁCE

Adéla Kopecká

**Podíl televize na zkreslování reality v různých oblastech
života společnosti**

Praha 2018

Vedoucí bakalářské práce: MgA. Marek Hladký

JAN AMOS KOMENSKY UNIVERSITY PRAGUE

BACHELOR FULL-TIME STUDIES

2015-2018

BACHELOR THESIS

Adéla Kopecká

**The influence of television on biased reality in different
aspects of social life**

Prague 2018

The Bachelor Thesis Work Supervisor:

MgA. Marek Hladký

Prohlášení

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

Souhlasím s prezenčním zpřístupněním své práce v univerzitní knihovně.

V Praze dne

Jméno autorky:

Poděkování

Ráda bych poděkovala vedoucímu bakalářské práce MgA. Markovi Hladkému za jeho rady a čas, který mi věnoval při řešení dané problematiky. V neposlední řadě také děkuji všem respondentům, kteří mi poskytli potřebné informace k dokončení mé bakalářské práce.

Anotace

Tato bakalářská práce na téma „Podíl televize na zkreslování reality v různých oblastech života společnosti“ se věnuje vlivu televize na člověka. Zkoumá, jak televize a její vysílání působí na mladistvé a děti, ale také na normálního dospělého člověka, dále jak často lidé televizi sledují, jestli si pamatují, na co v televizi koukají, a nakonec zda je televize nějak ovlivňuje.

V teoretické části této bakalářské práce jsou popsána média, dále je v ní popsána televize, její vlivy na společnost, a nakonec je zde popsána reklama, která na televizních obrazovkách běží.

V praktické části se zaměřujeme na vypracované dotazníky, které sledují hladinu sledovanosti a důležitosti televize pro život společnosti.

V závěru bakalářské práce vyhodnocujeme hypotézy na základě otázek z dotazníků.

Klíčová slova

Televize, vliv televize, reklama, společnost, děti, mladiství, dotazník, násilí, vliv reklamy.

Annotation

The topic of this bachelor thesis is „Participation of television in misrepresenting of the reality in various areas of society“ and it focuses on the impact of TV on person's life. It examines how television influences the life of children and youngsters as well as adults, how often people watch television, if they remember what they actually watched and finally if and how television influences them.

The theoretical part describes media in general, then television and its impact on society, and last but not least advertising which is seen on TV.

In practical part we focus on the questionnaires about TV ratings and importance of television for the life in society.

In the final part we evaluate various hypothesis based on the questions from the questionnaires.

Keywords

Television, the influence of television, advertisement, society, kids, adolescents, questionnaire, violence, the impact of advertising

OBSAH

<u>ÚVOD</u>	8
I. TEORETICKÁ ČÁST	10
1 MÉDIA	10
2 TELEVIZE JAKO NOVÉ MÉDIUM	13
2.1 Nízkověková skupina a televize	15
2.2 Následky násilí na televizních obrazovkách a plátnech kin	17
2.3 Televize jako jedno z nejmocnějších médií	23
3 REKLAMA	27
3.1 Televizní reklama	28
II. PRAKTICKÁ ČÁST	30
1. EMPIRICKÝ VÝZKUM	30
1.1 VYMEZENÍ VÝZKUMNÝCH CÍLŮ	30
1.2 Otázky a hypotézy	30
1.3 Výzkumný vzorek.....	31
2. VYHODNOCENÍ VÝZKUMU	32
3. INTERPRETACE A DISKUSE VÝSLEDKŮ	49
<u>ZÁVĚR</u>	52
SEZNAM POUŽITÝCH ZDROJŮ.....	54
SEZNAM GRAFŮ	56
SEZNAM PŘÍLOH.....	57

ÚVOD

Tato bakalářská práce na téma Podíl televize na zkreslování reality v různých oblastech života společnosti, se zabývá rozborem vlivu televize na různé oblasti společnosti a různé věkové kategorie. Také je zde ve zmínce reklama, která je nedílnou součástí televizního vysílání. I přesto, že lidé ji berou jako nepříjemnou část mezi nebo během vysílání jejich oblíbeného filmu, pořadu, či seriálu tak reklama hraje ve vysílání velmi významnou roli.

Televize je v současnosti považována za samozřejmost a také za základní vybavení každé domácnosti. V dnešní době je ve skoro každé domácnosti minimálně jedna televize, nejvíce nyní v dětských pokojích, kde se na ni dívají děti, nebo jí mají zapnutou a u toho si hrají a vnímají například jen zvuky. Mnoho dětí a vlastně i dospělých bere televizi jako samozřejmost, i když v dnešní době ji nevyužíváme ani tolik k důležitým věcem, jako jsou například zprávy. Dnes televize hodně slouží člověku jen jako kulisa, při které dotyčný kouká do telefonu či tabletu, surfuje po internetu, dívá se na filmy, čte nejnovější zprávy, co se dějí okolo nás, ale také samozřejmě například uklízí nebo se lidé baví mezi sebou a televizi nesledují. Televize patří v dnešní době k nejsnadnější zábavě vůbec, která si ale bere svou daň v podobě plýtvání volného času, potlačování vlastního myšlení a větší diferenciaci. Záleží vždy pouze na člověku samotném, jak často bude televizi sledovat, a hlavně jak bude vstřebávat všechny možné informace, které se v televizi promítají. U menších dětí je to samozřejmě na rodičích, jak budou jejich sledování televize potlačovat a povedou je spíše k životu bez ní.

Cílem bakalářské práce bylo zjistit, jak moc se televizní vysílání podílí na ovlivňování jedince ať už je mladý či starý.

První kapitola je zaměřena na média celkově. Nachází se zde charakteristika médií, jak je médium v současné době chápáno, ale také je zde rozebrána historie médií. Druhá kapitola se zaměřuje na televizi obecně, hlavně na to, jak ji děti vnímají a také jaký to může mít vliv na jejich budoucnost. Dále se ve druhé kapitole zabývám násilím na televizních obrazovkách. Ve kterých filmech, pořadech či seriálech se násilí vyskytuje a jak to působí na společnost a jak lidé násilí vnímají a jak se poté odráží v jejich reálném životě. Poslední, a to třetí kapitola se zabývá reklamou se kterou se setkáváme

v televizním vysílání každý den, její historií, obecným popisem a také jejím cílem. Soustředí se také na její dobré a špatné stránky, nebo na důležitost reklamy v hospodářství. Celá tato teoretická část byla vypracována s pomocí odborné literatury.

Praktická část je pokračováním teoretické části. Byly stanoveny výzkumné hypotézy, které jsou ověřeny pomocí kvantitativního dotazníkového šetření. Data jsem získala od respondentů všech věkových skupin. Tento dotazník byl vložen na stránku www.surveo.com. Hlavním cílem dotazníku bylo získat informace o tom, jak společnost vnímá televizní vysílání, jaký podíl má televize na zkreslování reality, dále kolik má člověk například doma funkčních televizorů, jak často televizi sleduje, zda je například nějaké informace v televizi ovlivňují, a nakonec jak vnímají reklamu.

I. TEORETICKÁ ČÁST

1 MÉDIA

Slovo médium pochází z latinského médium což znamená prostředí, střed a obecně pod tento pojem médium zahrnujeme skutečnost, která nám zprostředkovává nějakou jinou skutečnost. Médium funguje jako přenos informací mezi dvěma subjekty doslovně řečeno jako prostředník, který určitému příjemci či skupině příjemců zprostředkovává informaci. Jinými slovy, médium je určitá forma přenosu informací. Z obecného hlediska lze jakýkoliv komunikační prostředek prohlásit médiem.¹

Nejčastěji bývá v současné době médium chápáno jako masový sdělovací prostředek, častěji zkráceně označováno jako masmédiu. V knize „*Člověk a vzdělání informační společnosti*“ jejímž autorem je Petr Sak charakterizuje médium takto: „*Médiem je úplně vše, co přenáší jakoukoli myšlenku či informaci od udělovatele a také to co zprostředkovává sdělení. Svým způsobem je médiem i jazyk. Ve vlastním významu za médium pokládáme prostředek, který stojí mezi udělovatelem a příjemcem a tím umožňuje jejich komunikaci ať jen v jednom směru či obousměrně.*“²

Média se dělí na „*horká*“ (např. rozhlas) a na „*chladná*“ (např. televize). Pro „*horká*“ média je typicky nízká účast příjemců naproti tomu „*chladná*“ média poskytují prostor pro lidskou zvědavost. Za úplně první médium by se dala považovat jeskynní kresba paleolitického člověka. Od té doby prošla média opravdu bouřlivým vývojem a v současné době tvoří komunikační a informační média takzvanou hlavní linii nově se rodící informační společnosti. Dnešní média zaznamenávají u všech prvků komunikačních událostí nejen posun v kvalitě, ale také umožňují výměnu velkého množství dat a informací on-line nebo jen jejich podržení v čase. Každá proměna média

¹ PETŘÍKOVÁ, Jana - ŠTĚPÁNEK, David. *Média – prostředky transferu informací*. 1. vydání. Brno : Masarykova univerzita, 1998. 47 s. ISBN 80-210- 1992-1. s. 11

² SAK, Petr. *Člověk a vzdělání v informační společnosti*. 1. vydání. Praha : Portál, 2007. 290 s. ISBN 978-80-7367-230-0. s. 58

a s tím i navýšení jeho možností znamenala posun nejen ve vývoji člověka, ale současně celé společnosti.

Poučný a zajímavý je také vliv médií na člověka, v současné době nejčastěji v případě mladého dospívajícího jedince. Jde v první řadě o to, jak média ovlivňují chování lidí a také jak se v průběhu času sama měnila a vyvíjela. V prvních dvou desetiletích 20. století vládla v odborném tisku představa, že média mají neomezenou moc a proti jejich vlivu se publikum nemůže bránit. Média zcela utvářela nejen životní postoje lidí ale také jejich chování. Tento názor se vytvořil pod vlivem propagand totalitních politických systémů. 60. léta 20. století představují další fáze ve vývoji názorů vlivu médií na člověka. Tohle byla doba celosvětově masivního rozšíření televize a jejího vlivu na společnost. Účinek médií na chování společnosti byl méně předvídatelný, jelikož byla vyzdvižována do popředí individualita a svoboda volby každého člověka. V 70. letech 20. století, se znovu vrací přesvědčení, že média silně ovlivňují publikum nepřímou, ale dlouhodobě a také se velmi významně podílejí na socializaci jedince už od útlého věku.³

Média tedy slouží jako takový vzor pro chování lidí v různých situacích a společenských rolích. Závěrem 20. století, kdy došlo k nesmírnému zvětšení mediální nabídky se začaly vedle televizorů objevovat walkmany, CD přehrávače, videorekordéry, ale také moderní informační technologie, mezi něž patří digitální počítačové sítě, internet a mobilní telefony. Zde již už vůbec není pochyb o tom, že tyto moderní informační technologie a média jsou významně vlivným nástrojem. Nabízí se zde možnost jedince svobodně se rozhodnout, zda se podrobí jejich vlivu či nikoliv. Účinky působení médií se mohou projevovat v nejrůznější formě. V této studii se hovoří také o účincích krátkodobých, které mohou vyvolávat různé reakce a emoce a poté o dlouhodobých, jež mohou způsobit trvalé změny v hodnotových postojích. Poté zmínka

³ LOTZ, A. D. *The Television Will be Revolutionized*. New York: New York University Press, 2007. s. 322 ISBN 978-08-1475-220-3

o plánovaných a neplánovaných účincích, dále o účincích kognitivní povahy na úrovni společnosti či jednotlivce.

Nikdy nelze dostatečně ocenit význam a důležitost komunikace pro lidský život. Žádná společnost, nemůže existovat nebo se vyvíjet bez komunikace. Komunikace je základním a životně důležitým procesem, bez kterého by společnost nemohla existovat. Nejdůležitějším nástrojem lidské komunikace je řeč, není však jediným nástrojem, neboť ke komunikaci mezi lidmi dochází často i neverbálně. Celá moc médií spočívá v podílení na adaptaci jedince a jeho začlenění do společnosti. Pod masmédiá lze zahrnout především televizi, rozhlas, film, internet a periodický tisk. Nové informační technologie a média mají obrovský vliv především na děti a mládež, pro jejich neutvořené postoje a názory na život. Výše jmenovaná média mohou utvářet a formovat nedospělého jedince. Tím se stávají možná jediným zdrojem jeho myšlenek a následným vývojem názorů.

Veřejnoprávní média jsou kulturními institucemi, které by měli rozvíjet nejen duchovní, umělecké ale i jiné znalosti lidí, v tomto případě především dospívající mládeže a dětí. Otázkám úlohy masových médií v životě mládeže se věnuje zvýšená pozornost, protože právě mladí lidé jsou oprávněně považováni za cílovou skupinu, na niž média a všechny nové technologie působí nejvíce. Jedna z funkcí, která se masmédiím všeobecně připisuje je vliv na odstranění nudy. Dále mezi to můžeme zahrnout trávení volného času, podněcování představitosti, zábavu, ale také získávání vědomostí a informací o prostředí, ve kterém člověk žije.⁴

⁴ JIRÁK, J. a KÖPPLOVÁ, B. *Média a společnost*. 1. vyd. Praha: Portál, 2003. ISBN 80-7178-697-7

2 TELEVIZE JAKO NOVÉ MÉDIUM

Definici televize je možné zařadit mezi takzvaná nová média, čímž se rozumí, že televizní obrazovka je spojením s internetovou sítí a celým tímto virtuálním světem. Televize je nedílným atributem novodobých médií, které je lidstvo schopno využívat mnoha způsoby. V případě televize hlavním středem pozornosti je zobrazení, je zde využita koordinace textu a grafiky.

Nová média jsou odlišná od starých v několika hlavních aspektech, jakou jsou kapacitní možnosti, které jsou zajišťovány přenosem kabelovým přenosem informačních dat, mnoho dalších novodobých elektronických, mechanických či fyzikálních vymožeností zajišťují televizi téměř nejhlavnější místo v prostoru médií a tím jí také naděluje moc, která není vždy nasměrována se správným, či prospěšným záměrem.⁵

Televize je takzvané audiovizuální médium a je také považována za aktuální a dynamické médium. Televize je v této době často využívána jen jako kulisa pro diváky.

Televizní vysílání také otevřelo dosud nepředstavitelné šance, které mohou bohatě rozšířit naši kulturu. Informace o veřejném životě a dění ve světě si bez televize dnes můžeme jen těžko představit. Nový společenský zdroj komunikace vytvořila televize hlavně v západních demokraciích, kde probíhali například večerní zpravodajské relace o celém dni, také tam patřila diskuze s lidmi z politiky, ministry, odborníky. Objevovaly se tam také záznamy televizních her, divadelních představení a v neposlední řadě diskuze o kulturních tématech, to vše se druhý den stávalo námětem rozhovorů mezi lidmi, samozřejmě hlavně mezi mládeží. Více než dříve se začalo tvořit společenství určitých trendů, módních směrů, které měli mnoho předností, kam můžeme zahrnout zprostředkování rychlé informace a bezprostředního názoru. Bohužel toto s sebou neslo i nevýhody, které se mohly stát nebezpečnými mezi něž by se dalo zahrnout oklamání krásným vzhledem, fotogenní scénou nebo také obratnost vystupujícího moderátora.

⁵ McQUAIL DENIS „Úvod do teori masové komunikace“ Praha: Portál 2002 s.41 ISBN 80-7178-714-0

Poté se na scéně objevily soukromé televizní stanice, také kabelové televize měly stále bohatší a rozmanitější videotrž, a tak došlo v tomto vývoji ke zjevné hodnotové relativizaci. Tímto vším, skončila doba, kdy každý večer viděl jeden divák stejný pořad jako všichni ostatní, kteří televizi sledovali. Televize se stala jedním z médií, které přineslo obrovské změny nejen v politice každodenního života, ale také do společnosti a kultury.

Televize byla špičkovým produktem masových médií, a proto se stala hlavním problémem úvah o její skutečné hodnotě a významu v současné době. Zejména pak o tom, zda působí hlavně ve smyslu kultury nebo proti ní. Televize se stala nejnebezpečnější zbraní celé technické civilizace.

Manipulativní působení médií však nezůstávalo jen u statické imprintace obsahů, ale jde ještě dále. Například pořady jako *Big Brother* nebo *VyVolení* předcházejí svými mediálními obsahy od imprintace mysli k programování myšlení a jednání. Divák má předem vymezené místo v naprogramovaném sledu akcí. Výše zmíněné pořady pak v divákovi virtuálně vytváří pocit, že o něčem rozhoduje (jelikož poslal 10 SMS a někdo díky tomu vyhrál). Divák si totiž vůbec neuvědomuje, že díky podvědomému vtisknutí informace vybral už vybraného a jeho následné rozhodování je jen jeho vytvořená iluze. (...) U těchto pořadů je pro děti a mládež největším nebezpečím programování diváka, které má vliv na sociální zrání a zbavování jejich vnitřní svobody.⁶

Rozvoj televize bude určitě nadále pokračovat i v budoucnu. Rozvojem bude nejen její technická linie (dnes již existující digitální televize – digitální vysílání), ale také obsahová. S volným časem, který stále roste a větším podílem starších občanů ve společnosti vzroste zájem o televizi podstatně více. Jedná se totiž o poměrně levnou, a hlavně plně dostupnou službu. Nelze opomenout fakt, ve zpětném působení televize na ideály a hodnoty společnosti.

⁶ SAK, Petr. *Člověk a vzdělání v informační společnosti*. 1. vydání. Praha : Portál, 2007 s.26 ISBN 978-80-7367-230-0

Fungování televize v podobě hustých, a hlavně široce rozšířených sítí předpokládá klidnější sociální poměry a nemalý blahobyt většiny obyvatelstva. Televize jako taková, se svojí opravdu mimořádnou rozmanitostí stará o to, aby se vše, co je zaměřeno proti jejímu fungování, stalo nepopulárním. Celkový rozvoj televize, ale také její zpětné působení na chování člověka a kulturu se bude ještě nejspíše dramaticky měnit.

2.1 NÍZKOVĚKOVÁ SKUPINA A TELEVIZE

Televize je stále jedním z nejdůležitějších médií působících na děti. Rodiče v této době, bohužel už nemají tolik času na své děti, proto je často raději posadí k televizoru. Tyhle děti se nazývají jako „*kulturně znevýhodněné*“. Tyto děti se nacházejí nejen v chudinských čtvrtích, nýbrž stále častěji i na bohatých předměstích. „*Kulturně znevýhodněným*“ dítětem je dítě televizní, neboť televize v této době poskytuje nové prostředí s nízkou mírou vizuální orientace a vysokou mírou účasti.⁷

Když dítě poté sleduje televizi, ve které dávají například akční film s pokleslým obsahem, považuje všechno, co se ve filmu děje za skutečnost, kterou by si alespoň z části rádo vyzkoušelo, aniž by domyslelo důsledky. Všechny postavy v seriálu mají některé rysy schematizované dětské psychiky (naivita vs. poryvy geniality, bezhlavá povaha vs. lekavost ale také například radostná vitalita vs. chvíle deprese). Často se také prolínají libovolné kombinace polidštěných zvířátek nebo zvířátek s lidmi, bez jakéhokoliv ohledu na jejich reálné sociální vztahy. Děti mezi diváky jsou často daleko schopny tyto nesmysly dešifrovat a vychutnat, proto jsou kompetentnějšími diváky než dospělí. Ti se většinou na nejlepší seriály (comicsy a počítačové hry) odmítají dívat, ale ne proto, že na ně nestačí, ale proto, že comicsy, počítačové hry a akční seriály považují za vrchol nekulturnosti. Ve fragmentech se promítá komplikovaná psychologie spíše situací než postav světa dospělých (boj o přežití, o seberealizaci, o peníze, konflikty nadřazených a podřazených, hrozby z technického rozvoje..).⁸

⁷ McLUHAN, Herbert Marshall. *Jak rozumět médiím*. 1. vydání. Praha : Odeon, 1991, 348 s. ISBN 80-20702-96-2. s. 10.

⁸ BLAŽEK, BOHUSLAV. *Tváří tvář obrazovce*. 1. vydání. Praha : Sociologické nakladatelství., 1995. 199 s. ISBN 80-85850-11-7 . s. 138

Televizní pořady pro děti, zvláště pro ty nejmenší se na první pohled zdají být nevinné, jelikož je v nich méně vražd, avšak násilí je zde pouze v jiné „měkčí“ podobě. To ale v žádném případě neznamená, že je méně škodlivé. Lidský mozek je před televizní obrazovkou vystaven ojedinělému psychickému vypětí. Kvůli stresové většině zpravodajských zpráv, akčních filmů nebo hororů vznikají stresové hormony a ty ve vyšší koncentraci poškozují nervové buňky, které jsou základem lidské paměti.

Snadný přístup dětí k jakýmkoli nevhodným pořadům způsobuje, že se mohou stát agresivními, také přestávají vnímat násilí jako zlo a někdy také mají velké sklony k šikaně i sexuálnímu týrání. Dnes už spolehlivé víme, že mediální násilí poškozují dětskou psychiku. Také se často pokrytecky popírá fakt, že násilí, které děti vidí na obrazovce je láká k napodobování. Dokonce i u dětí, které tyto filmy nenapodobují, se oslabuje schopnost soucitu a rodí se v nich zalíbení v krutostech. U dětí s jinak citlivou psychikou může sledování násilí naopak vést například k bláznivosti, také k přílišnému strachu z právě zmíněného násilí a v neposlední řadě ke zbabělému chování.

„Na své straně má významné zdravotnické autority v čele se Světovou zdravotnickou organizací (WHO) nebo Americkou lékařskou asociací. Na filmová studia tlačí také sdružení hlavních státních návladních z pětatřiceti amerických států. Ti požadují, aby se na vydávané DVD umístily kromě spotů proti pirátům také reklamy varující před dopadem kouření. Kampaň podporují i vědci. Jen za posledních pět let vyšly nejméně čtyři odborné studie spojující cigarety ve filmech a začátky kouření u náctiletých.“⁹

„Režiséři se bouří, mluví o cenzuře a překrucování skutečnosti. Vždyť na světě prostě jsou lidé, kteří kouří. Smoke Free Movies se brání, že jim nejde o zákazy, jen o odsun tabáku mimo dohled dětí. Ukazují přitom statistiky, podle nichž od roku 1999 stále přibývá tabákových scén v přístupných snímcích.“¹⁰

⁹ ZADRAŽIL, Luděk. *Nekuřte před dětmi*. Týden, 2007, č. 14, s. 106-107. ISSN 1210-9940. s. 106

¹⁰ ZADRAŽIL, Luděk. *Nekuřte před dětmi*. Týden, 2007, č. 14, s. 106-107. ISSN 1210-9940. s. 107

V těchto filmech jde také velmi o to, zda si cigaretu zapaluje kladná či záporná postava. Velký vliv na mládež má v televizi také reklama, protože je nutné ovlivňovat to, co si spotřebitel koupí. Reklamě se často přisuzuje rozhodující význam pro fungování amerického hospodářského systému, protože je nutné ovlivňovat, co si spotřebitel koupí. Masová média se tímto stávají tím nejdůležitějším nástrojem k manipulaci konzumentů a spotřebitelské poptávky. Lidé s nižší úrovní a nízkým osobním vkusem nejčastěji tvoří kvantitativně největší kategorii konzumentů. Bez ohledu na jakékoliv estetické či umělecké kvality je masová kultura vyráběna právě pro tento typ spotřebitele. Mediální skladba programu vychází z tlaku na umožnění reklamy pro co nejširší publikum za minimální náklady.

Masová média potlačují kritické individuální myšlení a podporují integrující jednosměrné myšlení tak, že opravdu nenápadně přizpůsobují člověka všem požadavkům systému.

2.2 NÁSLEDKY NÁSILÍ NA TELEVIZNÍCH OBRAZOVKÁCH A PLÁTNECH KIN

Díky násilí, které se předvádí v masmédiích vzniká násilnická společnost. Tento prvek tvrdosti se poté stává nedílnou součástí kultury nižších vrstev. Nejen proti reflexi společnosti ale také proti teoretickým úvahám v násilnických pořadech či televizních filmech hovoří skutečnost taková, že mírumilovné a povrchní zábavné filmy, jsou zpravidla točeny v dobách extrémního násilí.

Například spisovatel Neil Postman redukuje americkou kulturu na televizi, jež vlastně předvádí a produkuje americký národní charakter. „*Médium totálního odhalení*“ vede ke vzniku „*dítěte-dospělého*“, tj. člověka „*jehož intelektuální a emocionální schopnosti se v průběhu života nerozvíjejí a od dětských se příliš neodlišují*“.¹¹ Postman vnímá komerční televizi jako strašidlo, které ohrožuje v Evropě základy každého národa.

¹¹ POSTMAN, Neil. *Ubavit se k smrt : veřejná komunikace ve věku zábavy*. 1. vydání. Praha : Mladá fronta, 1999. 190 s. ISBN 80-20407-47-2. s. 128

„Častým zdrojem obav bývá představa, že děti nejsou schopny rozlišovat mezi fikcí a faktem a podléhají realisticky zobrazeným fiktivním příběhům, jako by se doopravdy staly či jako by se mohly stát – kritici poukazují na to, že dítě „neví“, že násilné scény odehrávající se v kreslených seriálech nejsou možné. Takový účinek médium skutečně může do určitého věku mít. Výzkum jasně dokazuje, že dostatek zkušeností a schopnost rozlišovat mezi jednotlivými typy realismu získává dítě zhruba kolem osmého roku svého života“¹²

U násilí záleží:

1. Velice záleží na tom, jak je zasazeno násilí do příběhu, ať už v seriálu či televizním filmu. Tam, kde dobro vítězí nad zlem, má násilí v příběhu důležitou funkci. Sociologové a psychologové často tvrdí, že stále častěji vítězí bezohlední a sobečtí lidé a hlavně zločinci.
2. Nebezpečná je také naturalistická drastičnost, se kterou je násilí často zobrazeno.
3. Musíme se rozloučit s názorem, že pohádky či jiné příběhy pro děti jsou v dnešní době vhodné a dobré. Psychologové už vědí dávno o tzv. „*citlivých dětech*“, které se při drastickém příběhu nebo pohádce rozpláčou, protože ji slyší i třeba jen vyprávět.

Negativní a velmi značný dopad na rozvoj osobnosti mladého člověka, má přístupná pornografie už dětským divákům, čímž si dětství zkracuje, probouzí také v sobě sexuální touhy i aktivity. U dětí způsobuje pornografie pokřivené představy o sexuálních vztazích lidí (žena v porno průmyslu - zboží nebo otrokyně). Nikdy nelze předem určit nějakým předpisem, „*kam až*“ může být na obrazovce či ve filmu odhaleno mužské nebo ženské tělo. Samozřejmě i v médiích musí panovat jistá míra estetického vkusu a mravního cítění.

Dnes se vyskytují na světě lidé, kteří jsou proti jakémukoli omezování „*svobody projevu*“ a tvrdí, že nadprodukce mediálního násilí a nekonečného sexu nemá negativní vliv na psychický vývoj dětí a mládeže. Pod vlivem této liberální demagogie, si často rodiče neuvědomují, citlivost dětí na úzkostné výkřiky obětí násilí, či různé formy

¹² BURTON, Grame - JIRÁK, Jan. *Úvod do studia médií*. 1. vydání. Brno : Barrister a Principal, 2001. s. 391. ISBN 80-85947-67-6

výstrah, které jsou u člověka biologicky zakódované. Ve vztahu k dětem vládne také velká moc peněz a všudypřítomný tržní princip.

V souvislosti s tímto je od zastánců naprosté mediální svobody dost často slyšet argument o vypínání televize při nevhodném pořadu pro děti. Ale opravdu stačí jen vypnout televizi? Rodiče, kteří jsou zaměstnaní a každý den pracují, jsou většinou rádi, když dítě sedí klidně před televizní obrazovkou a oni se mu nemusí natolik věnovat. Nepřipouštějí si, že by dítěti nějaký televizní program či akční virtuální hra mohla uškodit. Právě televize sehrává svým vlivem výchovnou roli a dává mladistvým a dětem velký vzor k napodobování, proto by se nebezpečnost mediálního násilí neměla ani trochu podceňovat.

Mnoho lidí se v televizních příbězích nechce setkávat s pravdou o světě, či s pravdou o sobě samém, ale naopak se chtějí před touto skutečností schovávat za nepravdivé iluze. Nevkus na obrazovce by vlastně ani nebyl tak nebezpečný, kdyby ho v dnešní době nekonzumovalo stále více lidí, pro které se stal převládající duševní potravou, únikem před realitou i s jejími problémy. Naše myšlení ovládl jako nějaká nová totalitní ideologie pod zástěrkou ničím neomezované svobody.

Za většinou násilnických pořadů jsou vždy prsty opravdu velkých peněz, je to v podstatě brak, který je dělaný inženýrsky, aby fascinoval a také fascinuje infantilní dospělé a také malé děti. Média často zveřejňují právě to nezveřejnitelné a tím si vydělávají velké sumy peněz. Potřebují vždy nějaký trhák, nějaký skandál, potřebují něco, co zapadá do intimní sféry, jelikož slušní lidé mají zábrany něco takového zveřejnit. Média za každou cenu chtějí zvýšit sledovanost a s ní samozřejmě i zisk za vysílání reklam, proto se stává, že média často odhalují ve veřejném prostoru i věci necudné a skandální.

S dobou přibývá stále více mladistvých, kteří tráví před televizní obrazovkou většinu svého času. Dávají tomu také často přednost před důležitějšími věcmi. Obrazovka je velmi přitažlivá a nyní často dostupná zábava, která vytlačuje z jejich života vyšší ambice a celkově je obírá o volný čas, který by mohli využít mnohem lépe. Lidé, kteří jsou líní tak tomuto nebezpečí podléhají nejvíce, potom dále lidé neurotičtí nebo lidé s nižším vzděláním či rozhledem a samozřejmě děti bez rodičovského dozoru.

Zmenšuje se také počet činností a aktivních projevů. Dříve děti po škole přišly domů, hodily tašku do kouta a běžely si ven hrát až do večera. Nyní se děti věnují hlavně počítači, telefonu, nebo se dívají právě na televizi. Uspěchaná doba nás zbavuje trpělivosti naslouchat vyprávění „obyčejných“ lidí (což jsou lidé mediálně neznámí nebo nejsou celebritami).

Postupem času se pomalu všichni navzájem méně známe a také si hůře rozumíme. Dále ochabuje schopnost vyvinout námahu pro dosažení vzdálenějších cílů. Lidé radši přijmou snadnou a rychlou příjemnost, než aby se namáhali vykonávat něco významného či obecně prospěšného. Tím, že lidi přijímají více příjemností, které jsou rychle k mání, bledne tak jejich sen o budoucnosti. Člověk před televizní obrazovkou rychle ztrácí sám sebe ve spoustě příběhů, které jsou pro něj samotného zajímavější, správnější, šťastnější a vlastně také skutečnější. S novými technologiemi a s novou dobou roste také například počet televizních kanálů a dokonalost a pestrost obrazu. Tím roste nebezpečí náhradního života člověka. Dokáže tomu všemu například děti čelit? Duševní potrava by měla v každém dítěti upevňovat nějaký obraz světa, v němž vládne řád, a to jak řád dobra a zla, tak řád přirozených zákonů.

Panuje všeobecně shoda o tom, že na televizních obrazovkách je hodně násilí. Podle mnohých autorů ale není tak úplně rozhodující faktické množství nějakých konkrétních násilných činů, které jsou v televizi prezentované, ale spíše jejich obsahová kvalita. Dalo by se říci, že vliv určitého programu s prezentovaným násilím je často závislý na obsahu (např. kontext děje, způsob předvádění násilí, ale také dramaturgické zpracování), na osobnosti určitého diváka, jeho pohlaví, věku, agresivitě, inteligenci, ale také na sociální integraci než na počtu „zhlédnutých mrtvol“. Před každým seriózním výzkumem je nutno zodpovědět otázku na definici násilí a agrese. Tyto dva srozumitelné a také zdánlivě zcela jasné pojmy jsou často autory vysvětlovány odlišně a z toho mohou vznikat určité pochyby a také spory ve výsledcích výzkumu a jejich následné vysvětlení.¹³

¹³ POSTMAN, Neil. Ubavit se k smrti : veřejná komunikace ve věku zábavy. 1. vydání. Praha : Mladá fronta, 1999. 190 s. ISBN 80-20407-47-2.

Z výzkumu Michaela Kunczika vyplývá, že je potřeba své zkoumání zaměřit na komplex čtyř otázek:

1. „*Jakým způsobem a jak pravidelně je sledováno „užívání“ televize mládeží a dětmi?*“
2. „*Jaké zkušenosti mají dotazovaní lidé s různými možnými účinky zobrazování násilí v médiích a jakých symptomů se to vlastně týká?*“
3. „*O jaké následující symptomy se jedná? (např. aktivace agresivního chování násilnickými filmy, zkušenosti s případy konzumu násilnických filmů, kdy dochází k překonání vnitřních konfliktů či redukci agresivního chování, a nakonec racionalizace agresivního chování pomocí mediálních vzorů).*“
4. „*Jaký vliv mají různé znaky, individuální rysy příjemců na souvislosti s případnými účinky mediálního násilí?*“¹⁴

Z výsledků výzkumu zkušeností psychiatrů a psychologů vyplynula řada závěrů. Dotazovaní sledují televizi příliš mnoho.

Nepochybné jsou škodlivé účinky mediálního násilí, které způsobují agresivní chování, poruchy spánku a také přecitlivělost.

Ze všeho nejvíce jsou ohroženy děti a mladiství do 12 let. Negativní následky častěji sledujeme u chlapců. Časté sledování násilnických filmů či pořadů má nesporně velmi špatný až devastující účinek na školní výsledky daného jedince. Dále byla také prokázána souvislost mezi sledováním filmového násilí a situací v rodině, kde docházelo k zanedbávání správné výchovy. Určité části společnosti jsou předváděním násilí ohroženy daleko více než jiné, naopak děti či mladiství, kteří žijí ve „*spořádaném*“ sociálním prostředí (např. v úplné rodině) ohroženy nejsou.¹⁵

Také se nabízí otázka, proč se v televizním vysílání objevuje tolik násilí a proč celý svět sleduje americké programy, které násilím dost hýří? Je tomu tak nejspíše proto, že výrobní náklady na produkci v ostatních zemích jsou podstatně vyšší než náklady

¹⁴ KUNCZIK, Michael. *Základy masové komunikace*. 1. vydání. Praha : Karolinum, 1995. 307 s. 80-7184-13-4X

¹⁵ KUNCZIK, Michael. *Základy masové komunikace*. 1. vydání. Praha : Karolinum, 1995. 307 s. 80-7184-13-4X

v USA. Americké televizní pořady a zejména seriály, jsou v podstatě výplní mezi reklamami pro nejširší publikum. Pro americkou televizi je nejpodstatnější střední vrstva ve věku od 18 do 49 let, která tyto pořady a seriály sleduje nejvíce, ať už je tento divák ženatý či vdaný a s dětmi. Z diváka se vlastně poté stane produkt, který televize prodává reklamnímu průmyslu jako svůj. K nárůstu počtu konzumentů je nejvhodnější zábava, která je nezanedbatelným televizním námětem. Tím nejlepším standardizovaným schématem zábavy jsou dobrodružné, akční ale také milostné seriály.

Právě násilí umožňuje opravdu v krátkém čase vytvořit velice napínavou dějovou posloupnost a dovést ji do zcela jednoznačného konce. Často se setkáváme s tím, že při nějaké zajímavé a v tomto případě násilné akci dojde k přesušení filmové sekvence a přichází reklamní spot. Tato jednoduchá dějová schémata vůbec nepotřebují žádné nadané, kreativní či drahé scénáristy nebo režiséry. To samé platí také samozřejmě o hercích, kteří ve filmu účinkují. Nemusí být obdařeni v podstatě žádným uměleckým nadáním či talentem.

Často je zastávána zásada, že obsah masových médií je určovaný poptávkou, tzn., že divákům jsou nabízeny hlavně takové programy, jaké si oni přejí sledovat. Publikum je považováno za hloupé, protože si žádá nejčastěji vidět násilí a další podobnou obyčejnou zábavu. V moderních, hlavně tedy západních zemích poté není jiné řešení, než se na tuto úroveň publika vždy snížit. Američtí mediální tvůrci považují násilí za běžnou součást lidského života. Je zde také velmi rozšířený názor, že celkové omezení předvádění násilí na televizních obrazovkách by znamenala zkreslení jednoho ze základních hledisek lidského života. Násilí se tímto stává nejhlavnějším znakem současného života v západních zemích. Mezi stabilitou systému společnosti a násilím v televizi se tak dává rovnítko.¹⁶

¹⁶ KUNCZIK, Michael. *Základy masové komunikace*. 1. vydání. Praha : Karolinum, 1995. 307 s. 80-7184-13-4X

2.3 TELEVIZE JAKO JEDNO Z NEJMOCNĚJŠÍCH MÉDIÍ

Zkušební a veřejné televizní vysílání v Československé republice bylo zahájeno v roce 1953. Toto vysílání bylo za nějaký čas prohlášeno za pravidelné. Nyní známe už jen velké plazmové obrazovky, s nádhernými barvami a skvělým rozlišením, ale v době prvních televizorů existovali jen malé televize s černobílým obrazem. Tehdy bylo zvykem, že se u televizní obrazovky scházeli v podstatě všichni členové rodiny, ať už také příbuzní, přátelé, známí, a dokonce i sousedé. Pro ně byla v této době televize vzácností, kdo měl televizi, patřil mezi bohatší. Televize také nejdříve vysílala jen několikrát denně, nejvíce potom ráno a večer. Již tehdy televize vstoupila do života celé společnosti a už z ní nikdy nezmizela. Televizní signál po nějaké době pokryl celou republiku. Do roku 1994 u nás existovala pouze Česká televize, která měla pouhé tři programy. V tomto roce také došlo ke zrušení monopolu což byl jediný subjekt, který mohl vysílat a vysílání zahájila celoplošná soukromá televizní stanice Nova, která je nyní stále nejsledovanější na českém trhu.¹⁷

Právě televize Nova jako první začala své vysílání přerušovat televizní reklamou. Do této doby se u nás reklamy vysílat nemohly, proto česká rada pro rozhlasové a televizní vysílání změnila zákon tak, aby všechny komerční televize, mohly přerušovat film, pořad, či seriál reklamou.

V dnešní době existují nejvíce celoplošné televize, ale také velká řada kabelových a satelitních televizí, což samozřejmě znatelně rozšiřuje výběr diváka. Nyní má člověk k dispozici nehorázně velké množství programů či kanálů s rozdílnou tematikou, které si může jednoduše naladit na své televizi.

Člověk v této době nemůže prohlásit: „V televizi dnes nic není.“. Plno domácností má doma například videorekordér nebo spíše v dnešní době DVD přehrávač, na kterém si může pouštět jakékoliv filmy, které má doma, nebo které si například půjčil v půjčovně. V dnešní době lidé preferují spíše stahování filmů na internetu, které si poté už je velice jednoduché přetáhnout a pustit si jej i na televizi. Pro lidi je jednodušší

¹⁷ Mediaresearch a.s. – zabývá se elektronickým měřením sledovanosti televize, www.mediaresearch.cz

sednout si k počítači a stáhnout si film a pak si ho přetáhnout například na flashku, než jít do obchodu nějaký si koupit, či si ho půjčit ve videopůjčovně.

V dnešní době, jsou v televizi vysílány pohádky, které nejsou vždy vhodné pro děti. Některé moderní pohádky jsou často plné násilí, vzteku, nebo se v pohádce vyskytují nevhodná slova, a to je pro malé děti nevhodné, jelikož je to může velmi špatně inspirovat. V tomto případě je nejlepší pustit dítěti pohádku, o které sami víme že je vhodná a nebude mít nějaký špatný vliv na dítě. Říčan ve své knize uvádí, že je dobré půjčit už samozřejmě dospělejšímu dítěti videokameru, aby se s ní naučilo dítě zacházet a také se názorně přesvědčili o tom, že obrazovka nepředstavuje pouze nějaký vyšší svět, ale že ony samy mohou určovat, co na té obrazovce bude.¹⁸

Televize je v dnešní době u dětí velmi oblíbená. Často ji také rodiče využívají k tomu, aby zabavili svoje dítě, které samozřejmě televize vždy zajímá, ulehčují si tak svou péči. Televize našťastí musí dodržovat určité zákony kvůli ochraně dětí a mládeže, které praví, že od šesté hodiny ráno do desáté hodiny večer, se v televizi nesmí objevit nic, co by mohlo ohrozit duševní či mravní vývoj dítěte. Rodiče by samozřejmě měli dětem spíše číst, než je posadit před televizi, už kvůli jejich slovní zásobě, dobrému mluvení a artikulaci. Plno dětí ve věku 4-6 let neumí pořádně mluvit, protože rodiče je nechávají sedět jen u televize a v podstatě na ně vůbec nemluví a děti televize dobře mluvit nenaučí. Mnoho rodin, má doma zapnutou televizi, i když ji třeba vůbec nesledují. Televize často lidem slouží jen jako kulisa například při vaření, uklízení a jiných domácích činnostech. Někdy ji dokonce ani neposlouchají. V této době, kdy má každý, v podstatě stále v ruce telefon, nejen mimo domov a surfuje po internetu pouští si televizi také jako kulisu i když sám vlastně neví proč, když ji nesleduje.

Podle spisovatele Weikerta je televize pro děti nenáročným kamarádem, který nikdy nemění nálady, je stále s nimi a není ani agresivní. Všechny obrázky jsou krásně barevné, můžeme se dívat nebo jen poslouchat. Televize by se neměla užívat například

¹⁸ ŘÍČAN, P. *Krotíme obrazovku : jak vést děti k rozumnému užívání médií*. Praha : Portál, 1995

jako výchovný prostředek (např. jako odměna či trest). V tomto případě se dítě na televizi ještě více upne.¹⁹

Ve sledování televize, by měl každý rodič jít svému dítěti příkladem, protože pokud dítě vidí, že rodič často sedí jen u televize a sleduje jí několik hodin denně, velmi často se bude dítě chovat stejně a bude chtít sledovat televizi pořád také. Rodič by se měl velmi dobře zamyslet nad vlastním sledováním televize a jít svému dítěti dobrým příkladem. Dobré je se například s dětmi dohodnout, na jaké programy se budou následující den či týden dívat. Velké množství stráveného času u televize má velký vliv na trávení volného času například venku. Děti nerady chodí ven se spolužáky, neradi chodí na hřiště apod. Hlavně u dětí neustálé sledování televize brzdí rozvoj řeči, představivosti, ale také potlačuje tvořivost i citové vztahy.

Role učitele ve škole při užívání médií při výuce je také důležitá. Vyučující by měl s dětmi hovořit o tom co viděly, měl by vlastně vyjádřit své postoje a názory, také informovat rodiče o vlivech, které může televize či počítač na jejich ratolesti mít. Ať už video či televizor by měl vyučující používat pouze v hodinách ve kterých to splní svoji funkci.

Reklamní agentura Euro RSCG, což je nejvýznamnější skupina v oblasti sdělovacích prostředků, koordinovala studii, kterou prováděl tým 50 psychologů, vychovatelů a odborníků na komunikaci. V této studii odborníci zkoumali, jak vzorek 450 dětí ve věku od 8 do 13 let sleduje televizi. Výsledky této studie hovoří samy za sebe. Pouhých 29 % dětí připustilo, že se jim „*líbí to, na co se dívají dospělí*“, zatímco 71 % bezprostředně prohlásilo: „*Ne, nelíbí se mi to*“. Proč? „*Protože tam pořád křičí*“ uvedlo 34 % dětí. „*Protože nerozumím tomu, co říkají*“ odpovědělo 29 % dětí a 17 % dětí přiznalo: „*Protože se jich bojím*“ a dalších 20 % přiznalo: „*Protože mě nudí*“.²⁰

Televize v dnešní době velmi zasahuje do rodinného soužití. Její sledování dává často do pozadí jiné a zajímavější věci, které jsou mnohdy přínosnější jako je například čtení knih, společenské hry či tradované vyprávění. Výborně to popsala jedna dívka

¹⁹ WEIKERT, A. *Výchova dítěte : Velký praktický rádce*. Praha : Vašut, 2007. s. 261

²⁰ Ukázka z knihy LANIADO, N. *Jak odmalička rozvíjet inteligenci dětí*. Praha : Portál, 2004., dostupná na <http://www.rodina.cz/clanek4248.htm>

v knize spisovatelky Marhounové: „*Před rokem se nám porouchal televizor. Místo večerů strávených u televize jsme se museli zabavovat po svém. Někdy volný čas vyplnila kniha, někdy ruční práce, ale nejvíc vypravování. Rodiče vyprávěli své příběhy z dětství a my jsme jen pozorně poslouchali. Televizor nám vůbec nechyběl. Za měsíc jsme si koupili televizor nový – a náš život se vrátil do starých kolejí.*“²¹

²¹ MARHOUNOVÁ, J. *Rodinná výchova : Základy rodinného života I.* Praha : Fortuna, 1992. s. 13

3 REKLAMA

Slovo reklama pochází z latinského „*reclamare*“, což v překladu znamená „*znovu křičeti*“. V dnešní době jsou už i jiné způsoby prezentace reklamy, ale název reklama zůstal po staletí stále stejný. Americká marketingová asociace AMA definuje reklamu jako každou placenou formu neosobní prezentace a nabídky idejí, služeb či zboží prostřednictvím identifikovatelného sponzora.²²

V dnešním světě nás reklama obklopuje v podstatě ze všech stran. Dospělý člověk by se měl se všemi nástrahami, které se v reklamě často skrývají nějak rozumně vypořádat. Naopak děti to neumí, a jak tedy právě ony nemají podlehnout chťiči po nejnovější hračce, skvělému oblečení nebo vynikající dobrotě, když ji v televizi neustále vysílají v době, kdy dítě televizi sleduje. Reklama, zvláště televizní, je v této době velmi často diskutované téma.

Například o reklamu, která je zaměřená na děti se zajímají nejen rodiče, ale také pedagogové a psychologové, výrobci i odpovědní státní činitelé, kteří mají možnost reklamu podle určitých zákonů regulovat.

Dnešní svět, ve kterém neustále vzrůstá masová spotřeba a výroba, si televizní vysílání bez reklamy jen stěží dokáže představit. Reklama je fenoménem moderní doby, má také určitou společenskou odpovědnost, a proto je stanovena různými vyhláškami a zákony. Naše právní úprava vychází z právních směrnic Evropské unie, zejména ze směrnice „*Televize bez hranic*“.

V dnešní době je reklama nezbytná nejen pro veřejnost ale také pro tržní hospodářství. Informuje širokou veřejnost o svých produktech, službách, ale také oslovuje nové i stávající zákazníky a snaží se prodat co nejvíce určitého zboží. Reklamu spousta lidí kritizuje, nejen kvůli tomu, že jim například přerušuje filmy či pořady, ale také proto, že její někdy až moc a lidé ji neradi sledují. Na druhou stranu je potřeba si uvědomit, že bez reklamy by neexistovaly soukromé televize, rádia, ale ani například noviny a časopisy. V tomto případě by tu byly jen státní sdělovací prostředky jako tomu

²² VYSEKALOVÁ, J.; KOMÁRKOVÁ R. *Psychologie reklamy*. Praha : Grada, 2000. s 14

bylo dříve. Společnost by se měla naučit chápat reklamu a její poslání. Mezi základní úkoly reklamy patří samozřejmě veřejnost informovat o starých i nových produktech, přesvědčovat a prodávat.

Reklama má samozřejmě své dobré a špatné stránky. Například mezi ty dobré patří šíření informací o produktech a službách, také oslovuje širokou veřejnost a také navozuje pocit důvěry. K těm špatným stránkám patří například vyhazování peněz, manipulace s lidmi, nutí lidi kupovat výrobky, které třeba vůbec nepotřebují. Každý člověk, který žije v demokratické zemi je svobodný a má svobodnou vůli a právo se rozhodnout a žádná reklama ho nemůže přinutit ke koupi nějakého výrobku, pokud on sám nebude chtít. Spousta lidí má opačný názor, ale reklama není všemocná, pouze dokáže prodat to, co lidé chtějí, potřebují, nebo po čem touží. Je to vždy vše na daném člověku, zda si výrobek koupí či nikoli.

Na základě dlouhodobých výzkumů reklamy je jasné, že sice na jedné straně v části populace vzrůstá pocit přesycenosti reklamou v některých médiích, především tedy v televizním vysílání, na billboardech či v poštovních schránkách kam se reklamy často vhadzují, ale na druhé straně téměř 60 % naší populace považuje reklamu za potřebnou pro národní ekonomiku a pro více než 80 % je samozřejmou součástí moderního a každodenního života.²³

3.1 TELEVIZNÍ REKLAMA

Média v dnešní době často vybízejí veřejnost k tomu, aby utrácela své peníze za někdy nesmyslné výrobky. Každý den je člověk bombardován v televizním vysílání reklamními spoty, které nás nabádají ke koupi výrobku. Reklama, která je zaměřená hlavně na děti se v televizi objevuje nejčastěji ráno, odpoledne, poté kolem Večerníčku, a hlavně o víkendech, kdy děti televizi sledují nejvíce.²⁴

Děti, které jsou v mladším školním věku už vědí, k čemu vlastně reklama slouží, ale bohužel se nedokáží z jejího vlivu nějak vymanit. Během sledování určitého televizního pořadu či filmu se reklama neustále opakuje po určitém čase a tím je způsobena věc, že

²³ VYSEKALOVÁ, J.; MIKEŠ, J. *Reklama : Jak dělat reklamu*. Praha : Grada, 2003, s. 25

²⁴ WEIKERT, A. *Výchova dítěte : Velký praktický rádce*. Praha : Vašut, 2007. s. 265

dítě si výrobek zaručeně pamatuje. Nejen děti ale i dospělí často znají různé televizní slogany, ale také písničky z reklamních spotů. Spisovatelka Vysekalová říká, že pravdou také je, že na reklamu stačí většinou jeden prst, kterým vypnete televizní či rozhlasový přijímač či otočíte stránku.²⁵ Vypnutí televize, ve které reklama běží nemusí být vždy správným řešením. V mnoha případech to v dítěti vyvolá naopak zvědavost tuto reklamu nějak znovu vidět a bude se snažit najít východisko k tomu, aby se na tu dospělým „zakázanou“ reklamu podívalo.

²⁵ VYSEKALOVÁ, J.; MIKEŠ, J. *Reklama : Jak dělat reklamu*. Praha : Grada, 2003, s. 19

II. PRAKTICKÁ ČÁST

1. EMPIRICKÝ VÝZKUM

1.1 VYMEZENÍ VÝZKUMNÝCH CÍLŮ

Podíl televize na zkreslování reality je i přes rozvoj nových technologií, jako jsou například chytré mobilní telefony stále aktuálním tématem, kterému bychom měli věnovat pozornost. I když se do popředí dostávají chytré mobilní telefony tak televize je stále brána jako jedna z nejdůležitějších věcí, která by v domácnosti neměla chybět. Cílem této bakalářské práce je zjistit, jak na společnost působí televizní vysílání, jak ovlivňuje jejich život, jestli lidé televizi opravdu sledují či ji mají zapnutou jen jako kulisu.

Následně byli stanoveny cíle šetření:

- Prvním cílem bylo zjistit, kolik mají lidé v domácnosti televizí. Dále jestli se na televizi dívají každý den, na který program se nejčastěji dívají a proč si vlastně televizi zapnou.
- Dalším cílem bylo zjistit, jestli si lidé uvědomují, že je televize nějak ovlivňuje a jak, dále co si myslí o televizních reklamách a také co je pro společnost hlavním zdrojem informací.
- Třetím cílem bylo zjistit, zda si lidé myslí, že jsou v televizi informace občas zkreslené, dále jestli si umí představit život bez televize a zda je televize vhodná pro děti.

1.2 OTÁZKY A HYPOTÉZY

Součástí zkoumání dané problematiky je nutné stanovení výzkumných otázek a hypotéz, které budou následně vyhodnoceny. Hypotézy jsou zvoleny tak, aby následné vyhodnocení výsledků mohlo být jednoznačně potvrzeno či vyvráceno.

Výzkumné otázky:

- Dívají se lidé často na televizi?
- Proč si vlastně televizi pustí?
- Co za médium je hlavním zdrojem informací?
- Myslí si společnost, že je ovlivňována televizí?
- Je televize vhodná pro malé děti?
- Jsou informace v televizi zkreslovány?

Hypotézy ze stanovených otázek jsou následující:

- **Hypotéza č. 1:** Více než 30 % lidí se dívá na televizi každý den.
- **Hypotéza č. 2:** Více než 25 % lidí si televizi pustí jen kvůli pořadům či seriálům.
- **Hypotéza č. 3:** Více než 50 % lidí považuje za hlavní zdroj informací internet.
- **Hypotéza č. 4:** Více než 50 % lidí si myslí, že jsou televizí ovlivňováni.
- **Hypotéza č. 5:** Více než 70 % lidí si myslí, že by se dětem ve věku 1-6 let měla televize pouštět jen občas.
- **Hypotéza č. 6:** Více než 60 % lidí si myslí, že informace v televizním vysílání jsou zkreslené.

Na základě vyhodnocení dotazníků budou hypotézy potvrzeny nebo vyvráceny.

1.3 VÝZKUMNÝ VZOREK

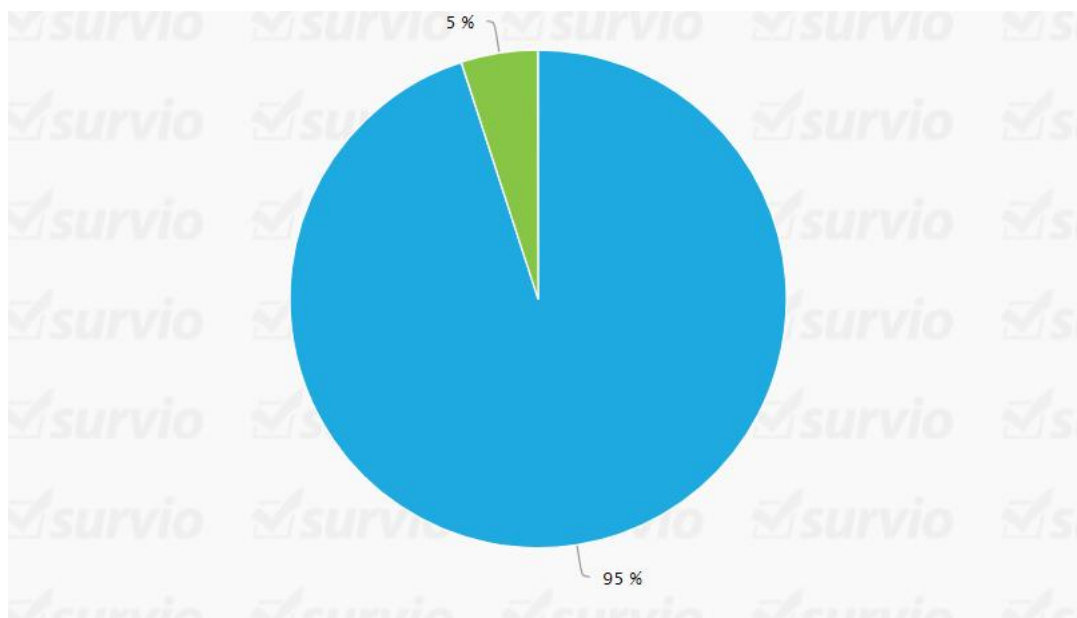
Vzorkem populace byla účast všech věkových kategorií. Výzkumného šetření se zúčastnilo přesně 100 lidí, přičemž 73 % dotazovaných bylo ve věku 15-25 let. Dále necelých 12 % dotazovaných bylo ve věku 25-35 let. Poté celých 10 % bylo ve věku 35-45 let a nakonec celých 5 % dotazovaných bylo ve věku 45-65 let. Dotazník vyplňovaly ženy i muži a poměr vyšel téměř poloviční a to 55 % žen a 45 % mužů.

Dotazník byl vložen na stránku www.surveio.com.

2. VYHODNOCENÍ VÝZKUMU

Otázka č. 1: Máte doma funkční televizor:

Graf 1: Funkční televizor v domácnosti
„Máte doma funkční televizor?“



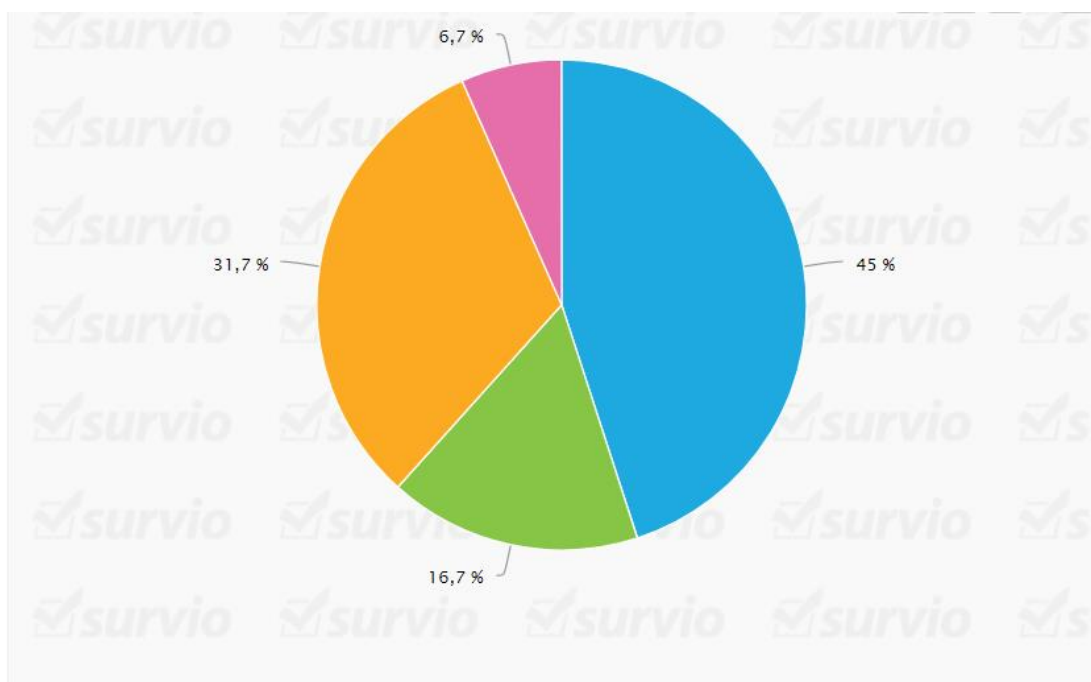
Zdroj: Kopecká, 2017 (vlastní šetření)

Otázka č. 1 zkoumala zda mají lidé v domácnosti funkční televizor. Z uvedených odpovědí vyplývá, že 90 % domácností má doma funkční televizor naopak pouze 5 % doma funkční televizor vůbec nemá. Neznamená to však, že televizi nemohou sledovat mimo domov, například v práci nebo u známých na návštěvě. V dnešní době je možnost sledovat seriály, pořady či filmy, které v televizi běží v klidu na internetu, takže televizor v domácnosti není potřeba. Televizor má nyní skoro každý, jelikož je to také velký trend. Většina lidí je na televizi závislá a sledují ji každý den. V dnešní době máme na trhu velmi široký výběr televizí. Dříve se v televizorech používala výhradně klasická televizní obrazovka na bázi katodové trubice. Později přišly na řadu plazmové obrazovky, ve které jsou tekuté krystaly. Dnes převažují samozřejmě LED televizory, které často mají klamavé označení. Jedná se o LCD televize, jejichž LCD panely jsou podsvětleny býlími LED diodami. Jsou to takzvané „3D televize“, které umí zobrazovat i vysílání a filmy stereoskopicky tedy ve třech rozměrech. Současné televize umožňují také přístup na internet a televizi tak lze ovládat pomocí klávesnice a myši zapojené v USB. Televize také umožňují komunikaci s počítačem, prohlížení fotografií a videí uložených na flash disku. Všechny tyto výhody televize jsou pro společnost samozřejmě

něco nového a je to určitý posun. Lidé televize kupují právě díky všem těmto výhodám a novinkám.

Otázka č. 2: Jak často se díváte na televizi?

Graf 2: Sledování televize
„Jak často se díváte na televizi?“



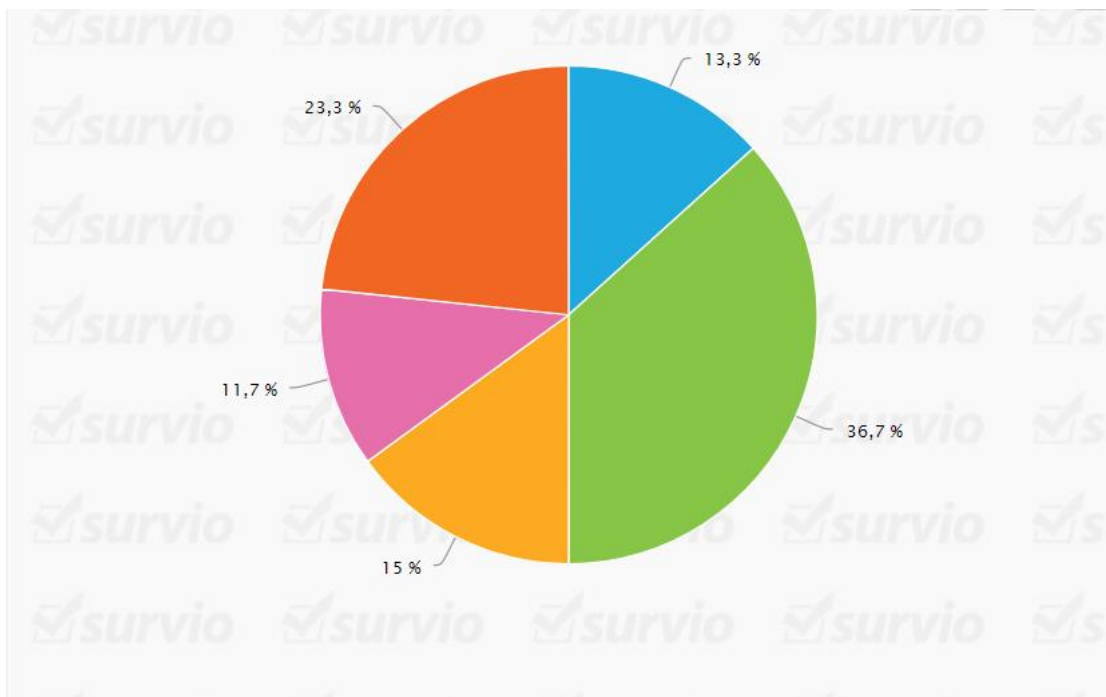
Zdroj: Kopecká, 2017 (vlastní šetření)

Otázka č. 2 zkoumala jak často se lidé dívají na televizi. Přes 40 % respondentů se na televizi dívá každý den, dále necelých 32 % dotazovaných odpovědělo, že se na televizi dívají párkrát v týdnu. Poté necelých 17 % tázaných, odpovědělo, že televizi sledují méně často a skoro 7 % televizi nesleduje vůbec. Člověk, který nesleduje televizi vůbec, je většinou závislí na jiném médiu, například na rádiu. Mnoho lidí používá ke sledování seriálů, pořadů či filmů internet, tím pádem televizi doma vůbec nepotřebují. Dnes už má skoro každý člověk chytrý telefon, takže informace, které se objevují v televizi si v klidu najde na telefonu, či tabletu a stejně tak si může dohledat i filmy, seriály a pořady. I když mají lidé na svém přijímači plno programů, nakonec jich stejně sledují jen pár a nevyužijí tak vlastně vůbec celkovou nabídku televizní zábavy. Tito lidé sledují většinou každý den to samé. Zaměřují se hlavně na seriály i pořady, nebo také na zprávy, sport a tak dále.

Otázka č. 3: Proč si vlastně televizi pustíte?

Graf 3: Proč si lidé televizi zapnou

„Proč si vlastně televizi pustíte?“



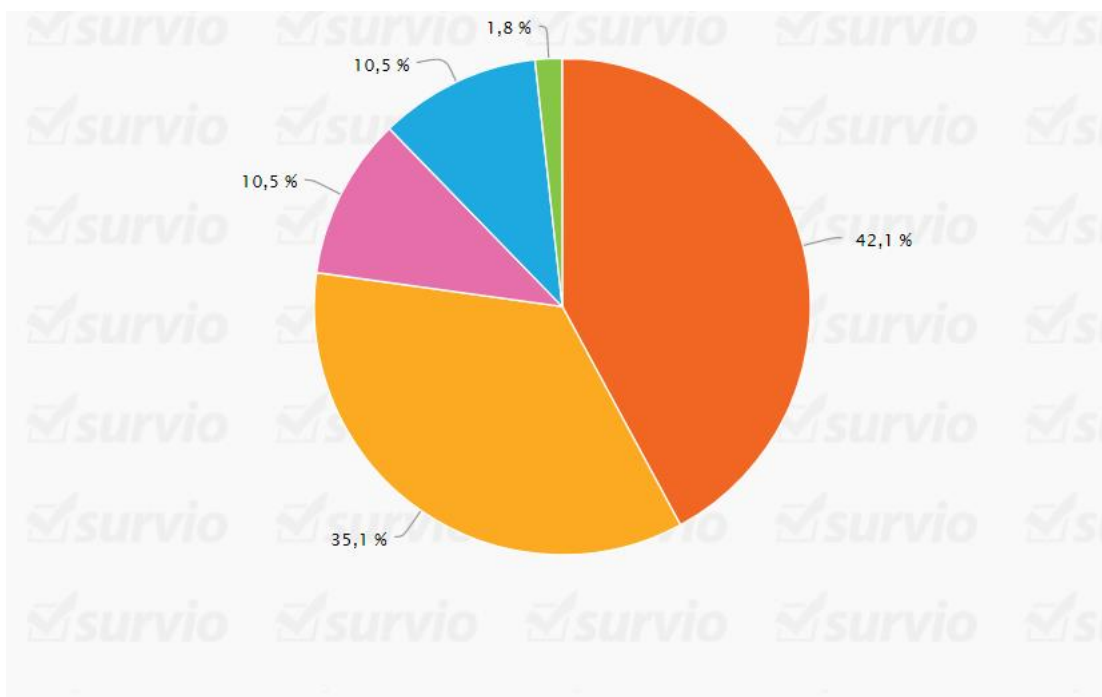
Zdroj: Kopecká, 2017 (vlastní zdroj)

Nejvíce si lidé pouštějí televizi kvůli pořadům nebo seriálům. Ukazuje tak i graf odpovědí. Skoro 40 % dotazovaných, sleduje v televizi hlavně seriály či pořady. Poměrně velké procento respondentů a to necelých 24 % si televizi pustí jen jako kulisu, což je v této době velice běžné. Lidé mají tak pocit, že není okolo nich ticho i když jsou na mobilním telefonu, nebo vykonávají nějaké domácí práce. Například rodiče takto pustí ke hraní i malým dětem televizi, i když jí vůbec zapnutou mít nepotřebují. Dále celých 15 % dotazovaných si pustí televizi kvůli filmům. Filmy se dají sledovat na internetu, nebo se dají z internetu stáhnout takže lidé je sledují na počítači, telefonu či tabletu. Lidé dávají přednost filmům na internetu také kvůli reklamám, které na internetu nejsou. A jelikož lidé reklamy často přepínají tak proto dávají přednost filmům na internetu, protože v televizi je každý film proložený nejvíce reklamami a to lidi nebaví. Nakonec skoro 14 % respondentů si televizi zapne kvůli zprávám. Dříve byla pro lidi televize hlavním zdrojem informací, takže lidé sledovali zprávy jen v televizi. V dnešní době je v tomto nejrychlejší internet. Proto lidé sledují

zprávy hlavně na internetu, kde je zpravodajství nejrychlejší. Skoro stejně na tom je sport v televizi, který označilo necelých 12 % dotazovaných.

Otázka č. 4: Jakou televizní stanici máte nejradši?

Graf 4: Který program lidé nejčastěji sledují
„Jakou televizní stanici máte nejradši?“

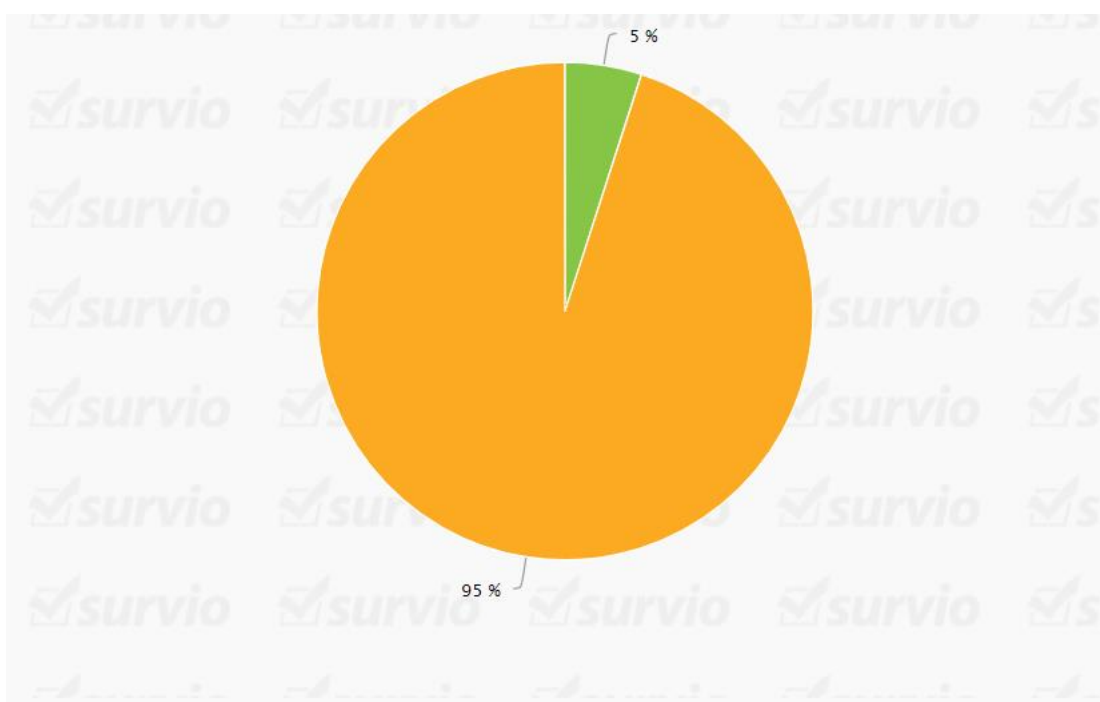


Zdroj: Kopeká, 2017 (vlastní zdroj)

Čtvrtá otázka v dotazníku zkoumala, který program lidé nejvíce v televizi sledují. Z uvedeného grafu vyplývá, že téměř 42 % respondentů, dává přednost jiným televizním programům než dalším níže zmíněným. Poslední odpověď u této otázky byla otevřená, tudíž dotazovaní mohli napsat jiné oblíbené televizní stanice, než které byly uvedené v odpovědích. Nejčastěji dotazovaní napsali programy jako například TV Barrandov, Prima Cool, Óčko a ČT Sport. Televizní stanici ČT 1 označilo pouze 10,5 % respondentů, dále program ČT 2 jen 1,8 % tázaných, poté TV Prima byla označena pouhými 10,5 % dotazovaných a nakonec TV Nova, kterou v televizním vysílání sleduje 35 % respondentů.

Otázka č. 5: Co za médium je pro vás hlavním zdrojem informací?

Graf 5: Hlavní zdroj informací pro společnost
„Co za médium je pro vás hlavním zdrojem informací?“



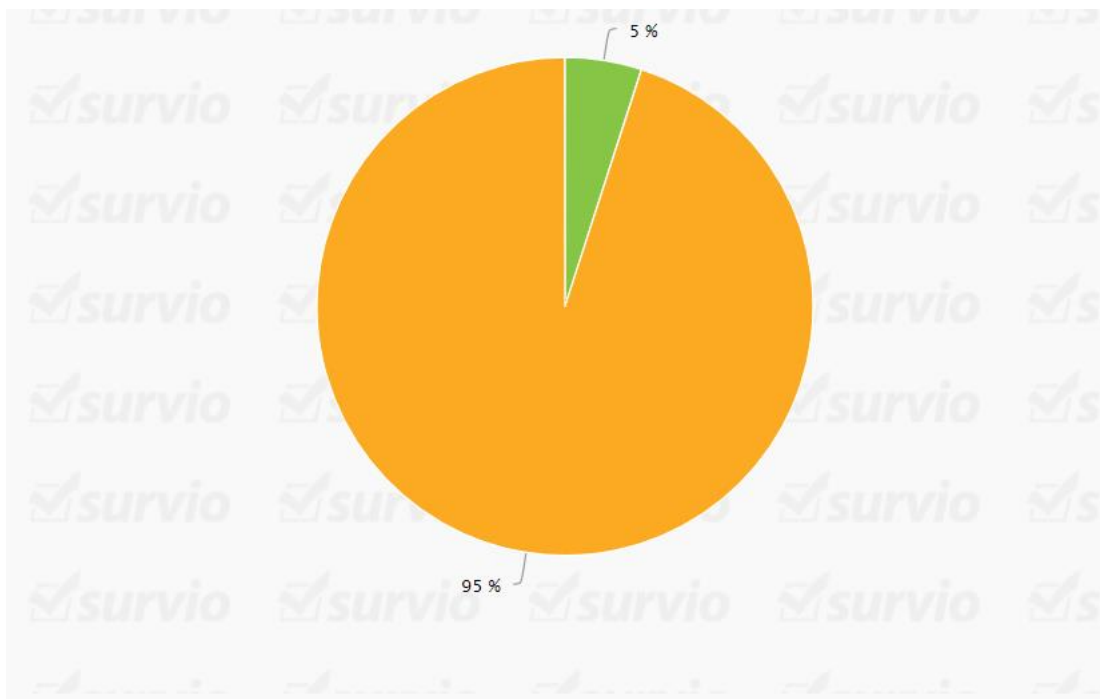
Zdroj: Kopecká, 2017 (vlastní zdroj)

Tato otázka zkoumala, jaké médium je pro společnost hlavním zdrojem informací. Z uvedených odpovědí vyplývá, že 95 % dotazovaných považuje internet, za hlavní zdroj. Televizi v tomto dotazníku zaškrtnulo pouhých 5 % respondentů. I když dnes má televizor v domácnosti skoro každý, tak ji považují v tomto případě za nepotřebnou. Plno lidí má v dnešní době chytré telefony s paušálem, ve kterém jsou zahrnuté samozřejmě mobilní data, které využívají dnes už všechny věkové kategorie k surfování na internetu. Internet je nejlepším a hlavně nejrychlejším zdrojem informací. Najdete na něm v podstatě vše a nyní samozřejmě i mimo domov, což je pro lidi nejvýhodnější. Dozvědí se důležité informace, zprávy, či dopravní informace když jdou například po ulici, jedou autem do práce nebo sedí v kavárně či v práci. Rádio ani noviny lidé nyní už nepovažují za hlavní zdroj informací. Dříve například noviny kupoval každý. Jelikož nebyly televizory tak se lidé všechny důležité informace dočetli v novinách. Lidé si je rádi kupovali, rádi si je četli. Dnes si lidé berou nebo kupují noviny jen kvůli velkým nadpisům a obrázkům, které si prohlédnou a noviny poté vyhodí. Lidé hodně dají dnes na grafiku a zpracování novin, ale už ani ta nepřesvědčí lidi natolik aby si noviny koupili a opravdu si je přečetli.

Otázka č. 6: Myslíte si, že mohou být informace, které jsou zveřejňovány v masmédiích zkreslené?

Graf 6: Zkreslování informací v masmédiích

„Myslíte si, že mnou být informace, které jsou zveřejňovány v masmédiích zkreslené?“

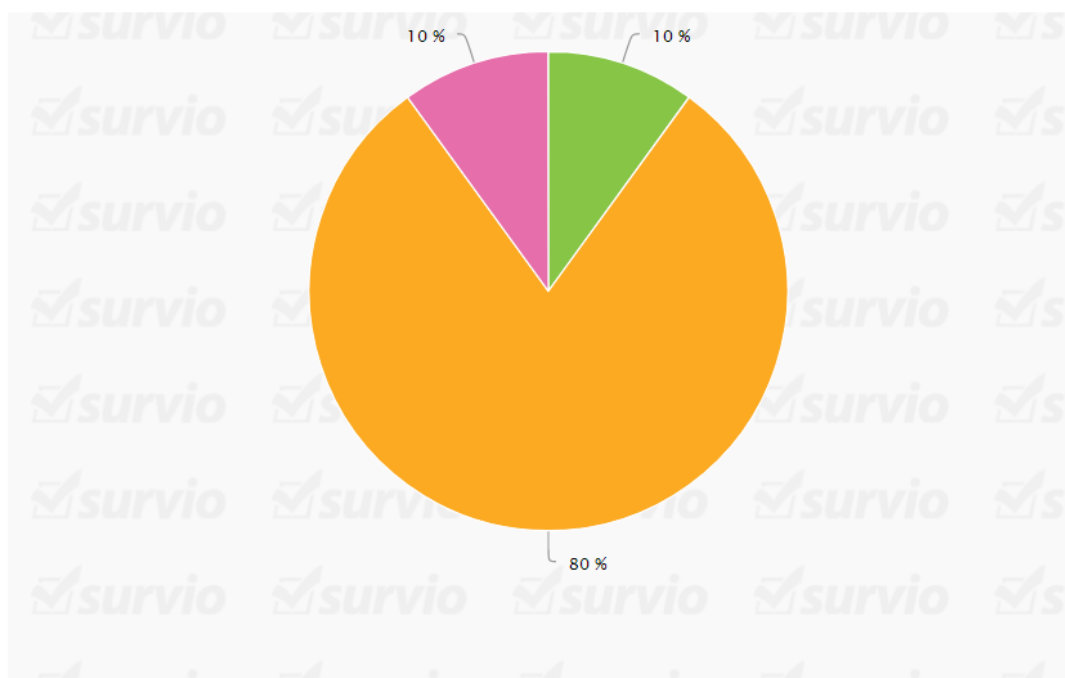


Zdroj: Kopecká, 2017 (vlastní zdroj)

Téměř většina a to celých 95 % dotazovaných odpověděla, že informace, které jsou zveřejňovány v masmédiích mohou být zkreslené. Je to tím, že televize dokáže převracet informace nebo vysílat informace nepotvrzené. Jedná se tu například hlavně o bulvár, který často zveřejňuje či vysílá nepravdivé informace, které nejsou potvrzené či doložené a tím ovlivňuje společnost, protože lidé bulváru nejvíc věří a hodně se o něj zajímají. A právě tohle lidi ovlivňuje. Společnost bulváru věří a věří informacím v něm. Když se poté například na sociálních sítích od dotyčné osoby dozvedí pravdu, tak jí nevěří, protože bulvár je ovlivnil natolik, že realita je pro ně úplně jiná. Dále pouhých 5 % respondentů odpovědělo, že nevědí zda mohou být informace zkreslovány.

Otázka č. 7: Jaký je váš názor na množství televizních reklam?

Graf 7: Reklamy v televizi
„Jaký je váš názor na množství televizních reklam?“



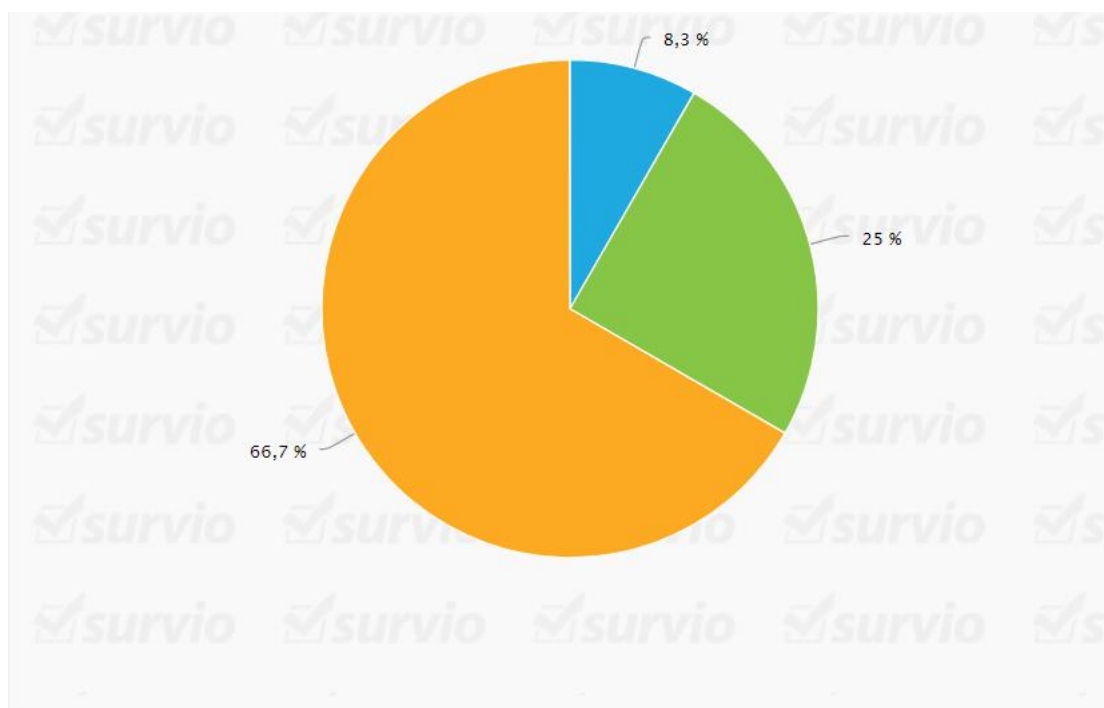
Zdroj: Kopecká, 2017 (vlastní zdroj)

Otázka č. 7 se zabývala názorem společnosti na množství televizních reklam. Celých 80 % dotazovaných odpovědělo, že reklamy v televizním vysílání by měli být omezeny. Dále 10 % odpovědělo, že by reklamy měly být ponechány ve stejné míře jako doposud a zbylých 10 % dotazovaných odpovědělo, že by měly být v televizi úplně zakázány. Reklam v televizním vysílání je až dost. Nejvíce lidí si stěžují na reklamy právě z toho důvodu, že jim často přerušují sledovaný film či pořad. Reklama vždy přijde ve filmu v nejnapínavější a nejnevhodnější okamžik, kdy ji divák vůbec nečeká. Délka filmu se díky reklamám může protáhnout i o několik hodin. Proto lidé raději sledují filmy na internetu nebo si je stahují protože tam reklamy v žádném případě nehrozí a dotyčný si může film v klidu vychutnat bez jakéhokoliv přerušování. Reklama si v dnešní době zakládá právě na častém ovlivňování diváka různými produkty, které se v televizní reklamě jeví jako naprosto skvělé a vy je musíte mít. Produkt, který je v reklamě představován se jeví tak, že odstraní všechny vaše problémy, na které ten týž produkt určený. Jedná se o různé krémy na vrásky, jídlo, spotřebiče, elektroniku a další různé věci pro domácnost či jiné využití.

Reklama dokáže hodně přesvědčit svým zpracováním. Člověk, který má problémy s vrásky vidí v reklamě krém, který ho vrásek zaručeně zbaví nebo ho o tom reklama aspoň dokáže přesvědčit a dotýčný jde a koupí si ho. Kdyby tento produkt neviděl v reklamě, nejspíš by si ho nikdy nevšiml a už vůbec by si ho nekoupil. Je to tím, že lidé reklamám věří. Věří tomu co se v nich říká a jsou schopní za takovéto produkty utrácet spousty peněz. V dnešní době reklama dokáže velmi dobře ovlivňovat společnost. Dokáže dotýčného přesvědčit, ale to je vlastně účel. Také sem patří reklamy, které upoutávají na nadcházející pořady, filmy, soutěže či seriály. Několikrát za den vidíte nadcházející, který se bude vysílat. A to je pro lidi také velice unavující. Nadruhou stranu život bez reklamy, je dnes také už nepředstavitelný. Lidé by totiž v podstatě nevěděli co se například zlevnilo, nebo co je nejnovějšího na trhu, ale také co budou například za týden v televizi dávat. Ale určitě by se dala v nějakých případech omezit.

Otázka č. 8: Umíte si představit život bez televize?

Graf 8: Život bez televize
„Umíte si představit život bez televize?“



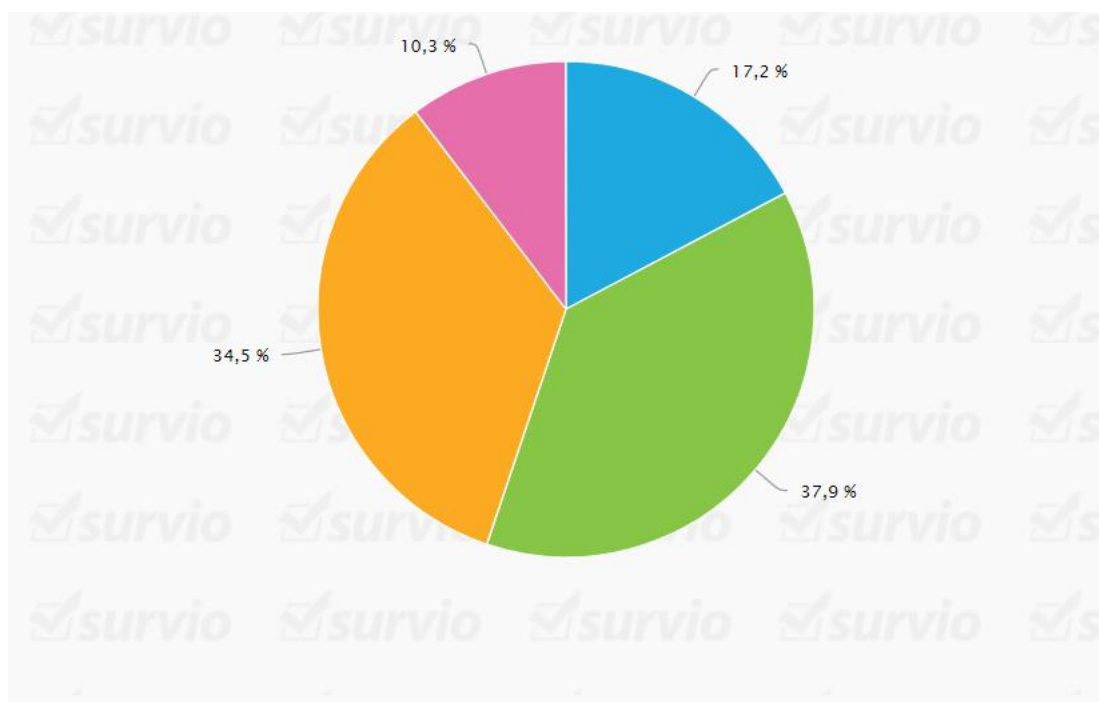
Zdroj: Kopecká, 2017 (vlastní zdroj)

V této otázce skoro 67 % respondentů odpovědělo, že by jim stačil pouze internet místo televize. Jelikož na internetu je dnes vše, tak lidé si informace o světě a o tom co se okolo nich děje čtou právě tam. Televize má pro dotazované v tomto případě menší

váhu než například mobilní telefon. Chytrý telefon v dnešní době dokáže televizi bez problémů nahradit. Nyní nepotkáte na ulici moc lidí, kteří nemají telefon v ruce a nezírají do něj. Dále 25 % dotazovaných odpovědělo, že neví protože si to neumí vůbec představit. Dnes je televize v podstatě samozřejmostí a i když ji lidé nesledují každý den, je pro ně důležité ji doma mít. Právě například jako kulisu, která jim v pozadí hraje. Nakonec byla mezi návrhem odpovědí také možnost, že si lidi v žádném případě neumí představit život bez televize. Tuto možnost zvolilo 8 % respondentů. Jsou lidé, kteří jsou na televizi vyloženě závislí a nedělají ve volném čase nic jiného, než že ji sledují. Dávají televizi přednost před důležitějšími a lepšími věcmi, které by mohli místo sledování televize vykonávat. Žijí jen televizí.

Otázka č. 9: Myslíte si, že vás televize nějak ovlivňuje?

Graf 9: Ovlivňování člověka televizním vysíláním
„Myslíte si, že vás televize nějak ovlivňuje?“



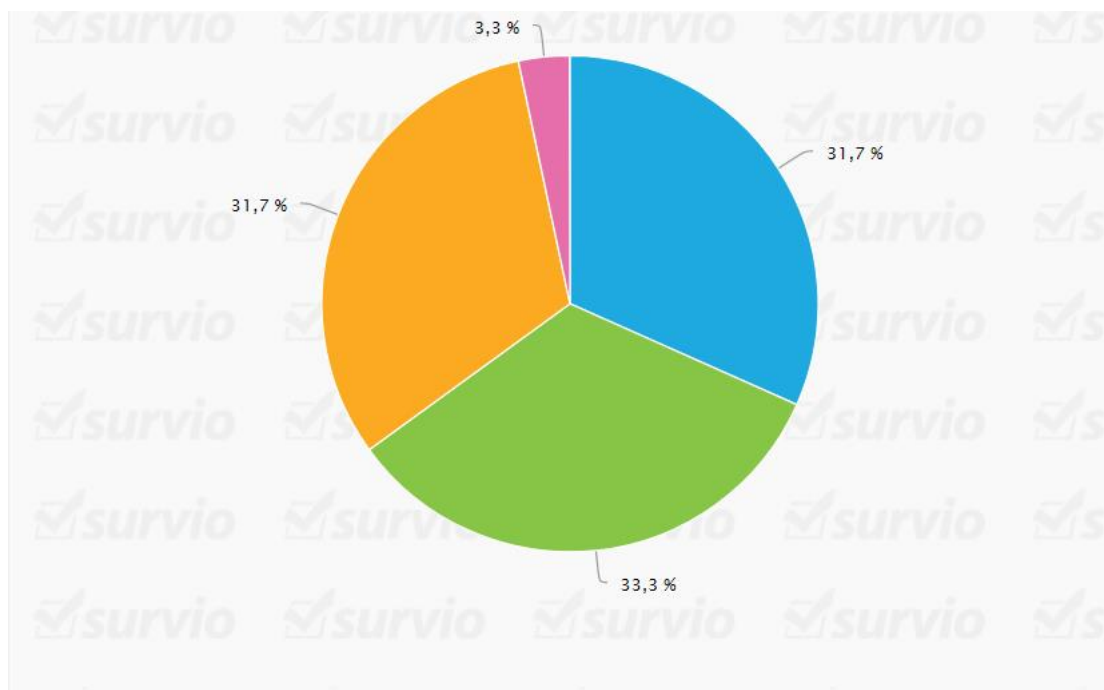
Zdroj: Kopecká, 2017 (vlastní zdroj)

U této otázky odpovědělo necelých 40 % dotazovaných, že si myslí, že je televize nijak neovlivňuje. V tomto případě si myslím, že spousta lidí si to ani neuvědomuje jelikož nad tím nijak zvlášť nepřemýšlí. Dále skoro 35 % respondentů odpovědělo, že možná ano. Poté 17 % si myslí, že určitě ne. A nakonec 10 % dotazovaných

odpovědělo, že určitě ano. Tato otázka byla otevřená aby do ní lidé mohli napsat, jak je například televize ovlivňuje. Zde lidé odpovídali například takto: „Ve stráveném čase, místo dívání se na televizi mohu dělat důležitější věci“, „Zprávy jsou zkreslené tak aby se to líbilo hlavně médiím. To má poté vliv na naše rozhodnutí o určitých věcech.“, „Předkládá nám množství sociálních vzorů – aneb jak je to správně, šťastná rodina a šťastné děti.“ a nakonec „Zprávy obecně jsou vždy velmi negativně založené a ovlivňují lidi, kteří jsou poté také negativní.“ Televize naší společnost cíleně manipuluje a lidé se často nechávají a neuvědomují si rizika.

Otázka č. 10: Kolik televizorů máte v domácnosti?

Graf 10: Počet televizorů v domácnostech
„Kolik televizorů máte v domácnosti?“



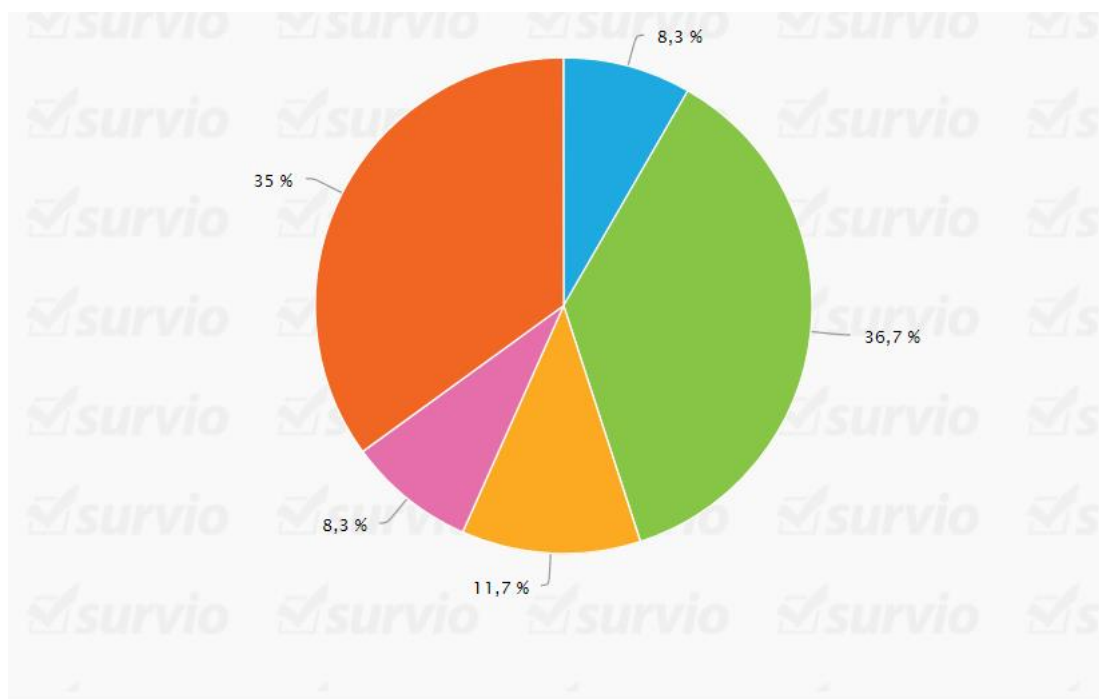
Zdroj: Kopecká, 2017 (vlastní zdroj)

Tento graf ukazuje, že 3 % dotazovaných odpovědělo, že doma žádný televizor nemají, to ale vůbec neznamená, že se na něj nemohou dívat jinde, například v práci či u známých. Dále ostatní tři možné odpovědi jsou procentuálně na stejné vlně. Necelých 32 % odpovědělo, že mají doma pouze jeden televizor. Nejvíce procent a to 33 % má možnost, že mají doma respondenti televizory dva. Procentuálně úplně stejně jako odpověď s možností jednoho televizoru v domácnosti, je na tom je odpověď, že mají dotazovaní doma televizorů více než dva. V tomto případě jsou televize v obývacích

pokojích, dětských pokojích, ložnicích, kuchyních a u opravdu závislých lidí na sledování televize dokonce i v koupelně. Například děti v dnešní době vyloženě lpí na tom aby měli ve svém pokoji televizi. Rodičům to vyhovuje z důvodu klidu u svého sledování televize, protože dítě je tím pádem u své televize v pokoji a rodiče to neruší. Posadit dítě k televizi je v dnešní době to nejjednodušší co může rodič udělat. Děti obecně zajímají nové věci a nové technologie, takže když může sledovat televizi je šťastné. Fascinují ho obrázky, zvuky a další různé efekty v televizním vysílání.

Otázka č. 11: Kolik televizních programů máte ve svém přijímači?

Graf 11: Počet televizních programů
„Kolik televizních programů máte ve svém přijímači?“



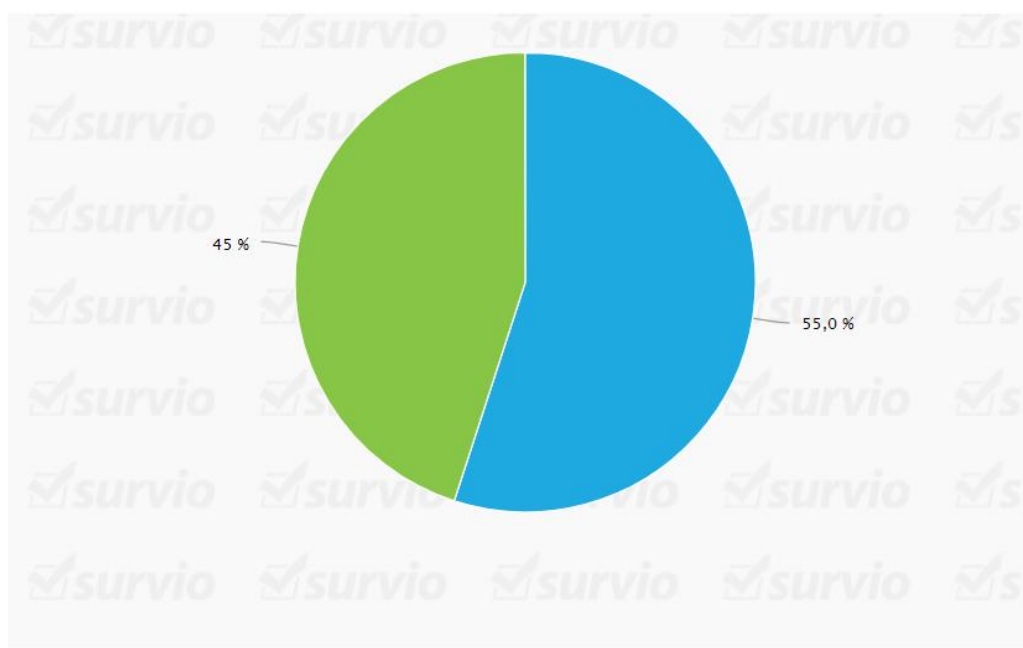
Zdroj: Kopecká, 2017 (vlastní zdroj)

Jelikož jsou stále nové a nové programy, tak se rozrůstá nabídka. Každý chce mít ve svém přijímači co nejvíce programů, i když je třeba vůbec nevyužívá ale je to prostě in. Celých 35 % dotazovaných má ve svém přijímači přes 50 programů. Podle mého názoru je to úplně zbytečné. Neumím si představit člověka, který by se díval úplně na všechny. Je to spíše tak, že firmy nabízejí mraky programů za „dobré“ ceny a na tohle lidé opět slyší. Lidé kolikrát ani neví co sledují, ale je pro ně důležité mít co nejvíce programů aby šli s dobou a měli úplně vše co je možné. Nejvíce dotazovaní označovali odpověď s dvaceti programy. Měla skoro 37 %. Na necelých 12 % je odpověď s třiceti programy.

A nakonec okolo 8 % dotazovaných odpovědělo, že mají přijímač se čtyřiceti a deseti programy. Těch deset programů si myslím, že by společnosti bohatě stačilo. Samozřejmě, že v dnešní době je to pro někoho nepředstavitelné mít jen deset programů, ale když se vrátíme o několik desítek let zpět, lidé měli třeba jen jeden program a žili určitě spokojeněji než žijí lidé dnes s padesáti programy, které ani nestíhají sledovat. V dnešní době chce mít každý to nejnovější a nejlepší, jelikož dnes je svět natolik zkažený, že člověk, který nemá například nejnovější telefon nebo nemá doma televizor je považován například za chudého, nebo nezajímavého člověka oproti někomu, kdo má vše. Nejvíce je tomu tak u dětí na základní škole, kteří už dnes hříjí nejnovějšími technologiemi a ti co je nemají jsou často vystrkováni z davu.

Otázka č. 12: Jakého jste pohlaví?

Graf 12: Pohlaví dotazovaných
„Jakého jste pohlaví?“



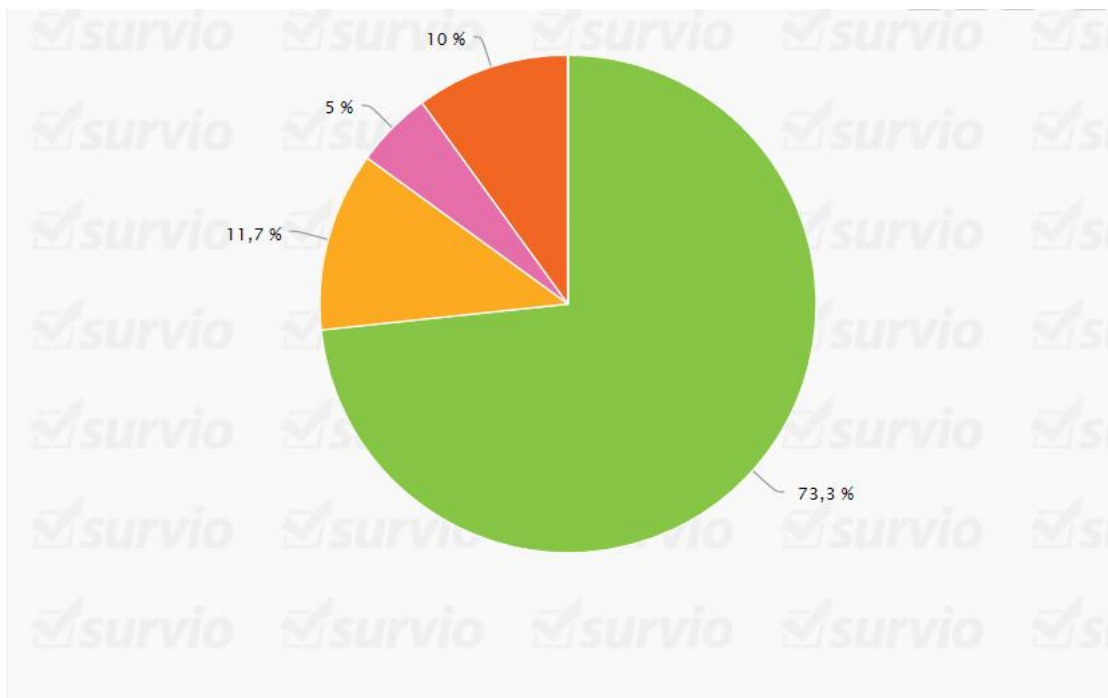
Zdroj: Kopecká, 2017 (vlastní zdroj)

Na tomto grafu můžeme vidět, že tento dotazník vychází skoro napůl stejně. Vyplnilo nám ho 45 % mužů a 55 % žen. Jsem ráda, že se zapojili také muži, protože samozřejmě toto téma může jak žena tak i muž vidět velmi rozdílně. Jsou to totiž většinou muži, kteří rádi lenoší u televizní obrazovky. Ženy většinou nemají čas a obstarávají domácnost a málokdy si udělají čas na své oblíbené seriály či filmy.

U mladistvých se to samozřejmě rozlišuje jinak. Tam jak chlapci tak dívky v dnešní době tráví u televize poměrně stejně času. Přijdou domů ze školy, tašku hodí do kouta, zapnou televizi a lenoší. Zastoupení žen a mužů je v tomto grafu rovnoměrné.

Otázka č. 13: Kolik je vám let?

Graf 13: Věk dotazovaných
„Kolik je vám let?“



Zdroj: Kopecká, 2017 (vlastní zdroj)

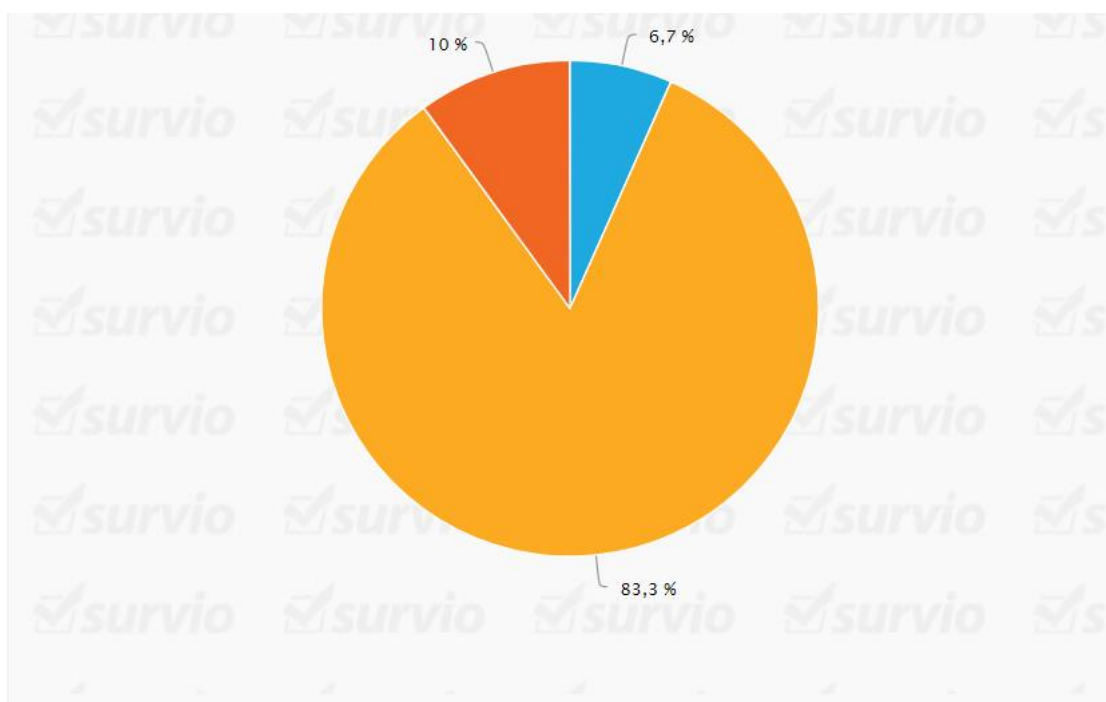
Na tomto grafu je zřetelná převaha respondentů ve věku mezi 15 – 25 lety a to celých 73 %. Tato generace je tou nejvíce závislou na elektronice. Ať už na televizi, chytrém telefonu či tabletu. Tahle věková skupina je nejčastěji vidána s mobilem v ruce, jak sedí u televize, ale přitom si dopisuje s někým na sociálních sítích. Dříve to bylo tak, že mladiství či děti po škole hodili tašku domů a běželi ven za kamarády a vraceli se domů až večer. V dnešním světě vládne světu nejnovější technologie a lidé se věnují právě jí. Mladiství jsou líní, nic se jim nechce a místo chození ven si zapnou televizi. Televize je často láká z důvodu, který ani sami neznají. Dnes je zcela normální přijít domů a automaticky zapnout televizi, i když například jde člověk vařit a televize hraje vedle v místnosti. V tomto případě jde spíše o pocit než o sledování. Dále s necelými 12 % byla věková kategorie vyplňujících mezi 25 – 35 lety. Blížila se k ní s 10 % věková skupina mezi 45 – 65 lety. Tito lidé v nejlepším věku nebo už v důchodu sledují televizi také často. Hlavně starší generace, která se nejsnadněji nacytá například na zmíněné

reklamy, hlavně tedy o slevách na potraviny. Nejméně procent respondentů bylo ve věkové skupině mezi 35 – 45 lety, pouhých 5 %.

Otázka č. 14: Myslíte si, že je televize vhodná pro děti ve věku 1-6 let?

Graf 14: Děti a televize

„Myslíte si, že je televize vhodná pro děti ve věku 1-6 let?“



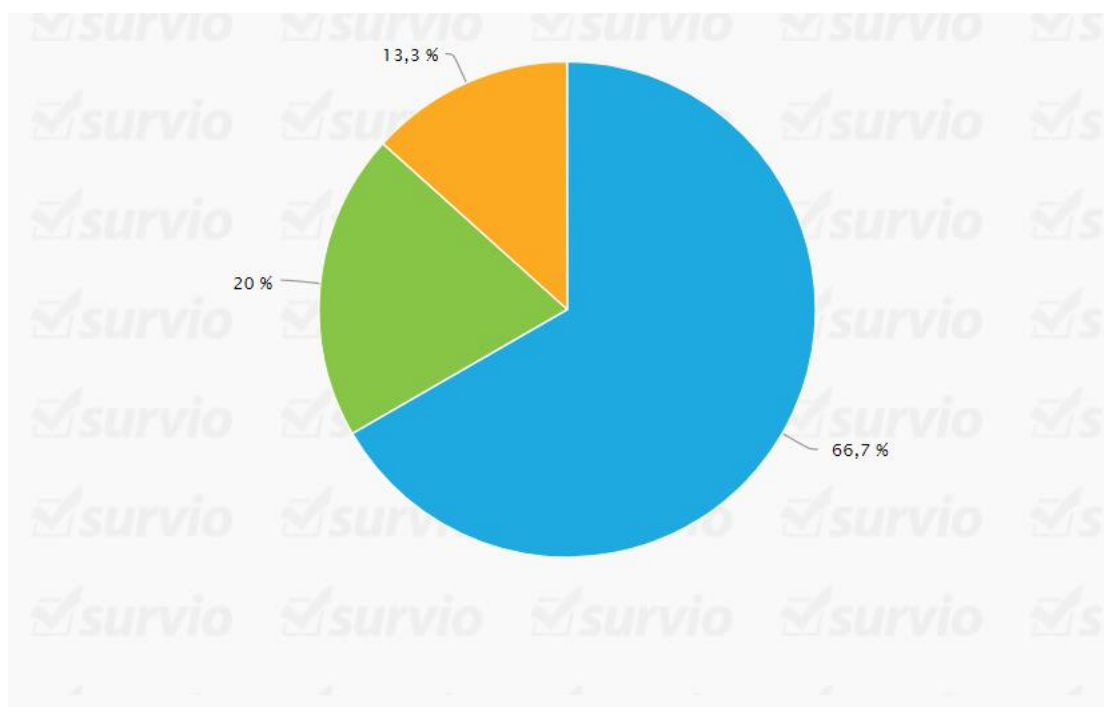
Zdroj: Kopecká, 2017 (vlastní zdroj)

V tomto grafu můžete vidět, že lidé si myslí, že je pro děti v tomto věku televize vhodná jen občas. Myslí si to celých 83 % dotazovaných. Děti v tomto věku by se neměli dívat na televizi každý den, protože to velice ovlivňuje jejich budoucnost. Mohou být na televizi dost závislí. Dětem by se neměla dávat například televize za trest nebo za odměnu, děti si na to pak rychle zvyknou. Televize je pro ně v jejich věku nejlepším kamarádem. V dnešní době jsou ní velmi špatně udělané například kreslené pohádky pro nejmenší, ve kterých můžete vidět například modrého slona, zelené sluníčko a další matoucí věci. Dítě se nejvíce naučí sledováním a také posloucháním a když vidá v pohádkách zelené slunce je to špatně, jelikož ho pak má tak zafixované. Mnohým dětem se dostává větších dávek televize než čehokoli jiného s výjimkou spánku. Když poté dojde na vzdělávání, televize nemůže nijak soutěžit s knihami, vzájemným působením a zkušenostmi z reálného života. Pouhé pozorování čísel a písmen, které létají přes obrazovku, se nepřenáší tak dobře do těch částí mozku, které mají na starost všechny duševní procesy, také soustředěnou pozornost, psaní, kritické myšlení a aktivní řešení nějakých problémů. Trávení nadměrného množství času před televizní obrazovkou ve skutečnosti tyto důležité dovednosti poškozují a to jak u dětí

tak u dospělého člověka. Nadměrné sledování televize může u dětí vést k nerozvinutí učivých mozkových okruhů, které jsou potřebné ke zvládnutí rozhodujících mentálních dovedností. Jiné části mozku, které sice stále touží po něčem jiném, novém a také po pocitu uspokojení, ale nevyžadují příliš mnoho přemýšlení, se naopak stávají „*předrátované*.“ Trávíme-li v dnešní době před televizní obrazovkou většinu volného času, už toto samotné přináší velmi závažné důsledky, které se týkají etického, sociálního i intelektuálního pokroku v naší společnosti. Rodiče by měli dětem v tomto věku každý alespoň obden číst, nejen kvůli tomu aby děti měli větší slovní zásobu, aby dobře artikulovali, ale hlavně, aby se co nejrychleji naučili mluvit. Mnoho rodičů je v této době pohodlných a zabavují děti pohádkami ať už v televizi, tabletu či na telefonu. Když uvidíte například matku s dítětem u doktora, tak co dá maminka dítěti do ruky aby přežilo to dlouhé čekání a nevyvádělo? Ovšem, že tablet nebo telefon na kterém jsou filmy, nebo nějaké hry, které dotyčné dítě zabaví. V dnešní době se takhle řeší výchova dětí. Celých 10 % dotazovaných na tuto otázku odpovědělo tak, že sami nevědí zda je televize vhodná či ne. Úplně nakonec tu máme 7 % dotazovaných, kteří si myslí, že televize není určitě vhodná pro děti v tomto věku a že by se děti měly zabavovat jinými věcmi a hlavně, že by se jim měli nejvíce věnovat jejich rodiče.

Otázka č. 15: Pamatujete si na jaký pořad, seriál či film jste se naposledy díval/a?

Graf 15: Vnímavost televizního vysílání
„Pamatujete si na jaký pořad, seriál či film jste se naposledy díval/a?“



Zdroj: Kopecká, 2017 (vlastní zdroj)

V této otázce jsem chtěla poukázat na to, jak moc lidé vnímají televizní vysílání a zda si pamatují na co se vůbec dívají. Skoro 67 % odpovědělo, že si pamatuje na co se naposledy dívali. Celých 20 % odpovědělo, že si vůbec nepamatují na co se v poslední době v televizi dívali. Což vypovídá o tom, že lidé mají sice televizi puštěnou, ale vůbec jí nevnímají. Tohle je přesně případ toho, že lidé mají televizi jako kulisu a nesledují ji. Jako poslední odpověď tu byla, že lidé si pamatují jen částečně to, na co se naposledy dívali v televizi. Těch bylo okolo 13 %. Zde může jít o to, že lidé vnímají dvě věci najednou a to například televizi společně s telefonem. Chvilku surfují na internetu a chvilku se věnují televiznímu vysílání a proto si nepamatují na co přesně se dívali nebo o čem vlastně daný film, seriál či pořad vůbec byl. Je to také dané tím, že ať už filmy, pořady, či seriály jsou hodně prokládané reklamami, což v podstatě přerušuje děj filmu a lidé přestanou vnímat co v televizi sledují.

3. INTERPRETACE A DISKUSE VÝSLEDKŮ

Cílem této bakalářské práce bylo zjistit, jaký podíl má televizní vysílání na zkreslování reality v různých oblastech života společnosti. Zda média, konkrétně televize zkresluje realitu a také zda jsou lidé na televizi závislí více než na skutečné realitě.

Bylo stanoveno šest hypotéz, krom jedné byly všechny potvrzeny. Všechny odpovědi platí pouze pro zkoumaný vzorek lidí.

Hypotéza č. 1: **Více než 30 % lidí se dívá na televizi každý den.** Tuto hypotézu zkoumala otázka č. 2. Z výsledků vyplývá, že televizi každý den sleduje 45 % dotazovaných a necelých 32 % se na televizi dívá jen párkrát v týdnu. Pouhých 6 % televizi nesleduje vůbec a dávají přednost jiné zábavě. Televizi si lidé každý den sice pustí, ale nemusí to nutně znamenat, že ji pevně sledují. V dnešní době je ale na televizním vysílání plno lidí závislých a neumí si bez ní život vůbec představit.

Hypotéza č. 1 se potvrdila.

Hypotéza č. 2: **Více než 25 % lidí si televizi pustí jen kvůli pořadům či seriálům.** Tuto hypotézu zkoumala otázka č. 3. Z výsledků vyplývá, že skoro 37 % procent dotazovaných si televizi pustí kvůli pořadům či seriálům. Dále 22 % si televizi pustí pouze jako kulisu k domácím činnostem, či surfování po internetu. Televizi mají puštěnou jen na „oko“, aby okolo nich nebylo ticho a nepřipadali si například doma sami. Velmi malé procento a to celých 15 % získala odpověď, při které si lidé televizi pustí kvůli filmům. Takto malé procento je to nejspíše proto, že v televizním vysílání jsou filmy hodně prokládané reklamami, což lidi odrazuje a raději si pustí film na internetu, nebo si ho stáhnou, jelikož v tomto případě žádné reklamy a přerušování filmu nehrozí.

Hypotéza č. 2 se potvrdila.

Hypotéza č. 3: **Více než 50 % lidí považuje za hlavní zdroj informací internet.** Tuto hypotézu zkoumala otázka č. 5. Z výsledku vyplývá, že celých 95 % dotazovaných považuje internet za hlavní zdroj informací. I když takto velké procento nebylo

očekáváno, tak na druhou stranu, když se podíváme na dnešní svět a na lidi v něm, tak dnes už na ulici potkáte velmi málo lidí bez mobilního telefonu v ruce. Internet je dnes tím nejrychlejší zdrojem informací vůbec. Člověk nemusí čekat až do večerních zpráv na to, aby se dozvěděl, co se odpoledne stalo, ale přirozeně si to přečte na internetu. Dnes už je skoro pro každého samozřejmostí chytrý telefon s paušálem a internetem, díky kterému mohou v podstatě neomezeně surfovat po internetu.

Hypotéza č. 3 se potvrdila.

Hypotéza č. 4: **Více než 50 % lidí si myslí, že jsou televizí ovlivňováni.** Tuto hypotézu zkoumala otázka č. 9. Z výsledků vyplynulo, že jen 10 % dotazovaných si myslí, že je televize určitě ovlivňuje, dále necelých 35 % dotazovaných si myslí, že jsou jen možná televizním vysíláním ovlivňováni. Dále 17 % lidí si myslí, že je televize v žádném případě nijak neovlivňuje a necelých 38 % se domnívá, že je televize spíše neovlivňuje. V tomto případě lidé, kteří odpověděli, že je televize ovlivňuje, dali za příklady samozřejmě reklamy, zprávy v televizi a samozřejmě bulvár. Bulvár je v dnešní době hodně zkreslený a dokáže společnost ovlivňovat tím co pouští do světa, přitom to vlastně ani nemusí být pravda.

Hypotéza č. 4 se nepotvrdila.

Hypotéza č. 5: **Více než 70 % lidí si myslí, že by se dětem ve věku 1-6 let měla televize pouštět jen občas.** Tuto hypotézu zkoumala otázka č. 14. Z výsledků vyplývá, že nad 83 % dotazovaných si myslí, že by děti měli sledovat televizi jen občas. Dále pouze 6,7 % si myslí, že televize není pro děti vhodná vůbec a zbylých 10 % dotazovaných na tuto otázku odpověděli tak, že sami nevědí. Dětem by se měla televize pouštět co nejméně. Právě kvůli jejich duševnímu rozvoji, ale také například kvůli správné artikulaci, slovní zásobě, a hlavně aby děti dokázaly dobře mluvit. Proto by se mělo dětem v tomto věku spíše číst z knihy a nenechávat je každý den před televizí u pohádek, jen z důvodu, že je to pohodlné pro rodiče.

Hypotéza č. 5 se potvrdila.

Hypotéza č. 6: **Více než 60 % lidí si myslí, že informace v televizním vysílání jsou zkreslené.** Tuto hypotézu zkoumala otázka č. 6. Z výsledků jasně vyplývá, že celých 95 % dotazovaných, si myslí, že v televizním vysílání jsou informace zkreslené. Nejvíce zkreslované nebo nepravdivé informace se vyskytují ve výše zmíněném bulváru, který dokáže společnost opravdu hodně ovlivnit. Dokáže diváka zatáhnout do problémů, které se dějí například mezi celebritymi a přesvědčit je o tom, že je pravda co se tu o nich říká. Často se stává, že lidé díky sociálním sítím zjistí, že dotyčná celebrita vlastně žádné problémy nemá, díky vyjádření, které zveřejnila. Nakonec ale stejně nevěří pravdě, ale věří televiznímu vysílání spíše, i když jsou informace nepravdivé či zkreslené. Nakonec pouhých 5 % odpovědělo, že nevědí, zda v televizním vysílání mohou být informace zkreslené či ne.

Hypotéza č. 6 se potvrdila.

ZÁVĚR

Dnešní svět je závislý na moderních technologiích, bez kterých se lidé v dnešní době už neobejdou. Věci jako chytrý telefon, tablet, televize počítač, tohle všechno je nedílnou součástí našich životů. Na internetu je dnes úplně vše, a proto lidé úplně zapomínají na osobní kontakt s ostatními lidmi, jelikož komunikovat například přes sociální sítě je pro ně mnohem jednodušší.

Tato bakalářská práce se zabývala tím, jak na společnost působí televizní vysílání a jaký má televize podíl na zkreslování reality. Jak lidé také vnímají vysílání reklamy v televizi, zda je i ta nějak ovlivňuje či jim dokonce vadí nebo jsou na ní naopak závislí. Zkoumala, kolik mají lidé v domácnosti televizí, jak často je sledují a proč. Dále jestli si vůbec dokáží svůj život bez této skvělé technologie jako je televize vůbec představit. Nedílnou součástí této problematiky je, zda si lidé uvědomují, že je televizní vysílání může nějakým způsobem manipulovat či zkreslovat realitu.

Cílem bakalářské práce bylo zjistit, jak na společnost působí televizní vysílání a zda je nějak negativně ovlivňuje. Podle provedeného výzkumu bylo zjištěno, že televizi lidé sledují denně, ale není pro ně hlavním médiem, ze kterého získávají informace o dění ve světě. Dále jsme zjistili, že v podstatě každý z dotazovaných, má doma minimálně jeden funkční televizor, na kterém má přes 40 televizních programů, ze kterých nejvíce sleduje maximálně 4-5.

Dalším zjištěním bylo, že lidé si pustí televizi nejčastěji jen kvůli filmům, seriálům, či pořadům. Hlavním zdrojem informací je pro ně stále internet. Také jsme se dozvěděli, že lidé by chtěli omezit v televizním vysílání reklamu, které je tam příliš moc a ruší lidem oblíbené pořady, seriály a filmy. Necelá polovina také přiznala, že si myslí, že je televize ovlivňuje v jejich rozhodování a názorech na určité věci a dokonce, že z nich tahá peníze a okrádá je o čas.

Je na každém z nás, zda dokážeme přijmout realitu, nebo budeme sledovat televizi, kde může být hodně zkreslených a nepravdivých informací, a právě těm budeme věřit a budeme si stát za tím, že co bylo v televizi je pravda.

Člověk by určitě měl zkusit se distancovat od tak silného média jako je televize, ale v dnešní době, by to už bohužel zvládl málokdo. Což je pro budoucnost naší i pro budoucnost našich dětí poměrně značné nebezpečí.

SEZNAM POUŽITÝCH ZDROJŮ

Seznam použitých českých zdrojů

PETŘÍKOVÁ, Jana - ŠTĚPÁNEK, David. Média – prostředky transferu informací. 1. vydání. Brno : Masarykova univerzita, 1998. 47 s. ISBN 80-210- 1992-1.

SAK, Petr. Člověk a vzdělání v informační společnosti. 1. vydání. Praha : Portál, 2007. 290 s. ISBN 978-80-7367-230-0.

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

McQUAIL DENIS „Úvod do teori masové komunikace“ Praha: Portál 2002 s.41 ISBN 80-7178-714-0

McLUHAN, Herbert Marshall. Jak rozumět médiím. 1. vydání. Praha : Odeon, 1991, 348 s. ISBN 80-20702-96-2.

BLAŽEK, BOHUSLAV. Tváří tvář obrazovce. 1. vydání. Praha : Sociologické nakladatelství., 1995. 199 s. ISBN 80-85850-11-7 .

ZADRAŽIL, Luděk. Nekuřte před dětmi. Týden, 2007, č. 14, s. 106-107. ISSN 1210-9940

POSTMAN, Neil. Ubavit se k smrt : veřejná komunikace ve věku zábavy. 1. vydání. Praha : Mladá fronta, 1999. 190 s. ISBN 80-20407- 47-2.

BURTON, Grame - JIRÁK, Jan. Úvod do studia médií. 1. vydání. Brno : Barrister a Principal, 2001. s. 391. ISBN 80-85947-67-6

KUNCZIK, Michael. Základy masové komunikace. 1. vydání. Praha : Karolinum, 1995. 307 s. 80-7184-13-4X

ŘÍČAN, P. Krotíme obrazovku : jak vést děti k rozumnému užívání médií. Praha : Portál, 1995

WEIKERT, A. *Výchova dítěte : Velký praktický rádce*. Praha : Vašut, 2007

MARHOUNOVÁ, J. *Rodinná výchova : Základy rodinného života I*. Praha : Fortuna, 1992

VYSEKALOVÁ, J.; KOMÁRKOVÁ R. *Psychologie reklamy*. Praha : Grada, 2000

VYSEKALOVÁ, J.; MIKEŠ, J. *Reklama : Jak dělat reklamu*. Praha : Grada

Seznam použitých zahraničních zdrojů

WILLIAMS, R. *Television: Technology and Cultural Form* (Routledge Classics) (Volume 124), 3. vydání. New York: Routledge, 2003. s. 174. ISBN 978-04-1531-456-5

LOTZ, A. D. *The Television Will be Revolutionized*. New York: New York University Press, 2007. s. 322 ISBN 978-08-1475-220-3

Seznam použitých internetových zdrojů

Mediaresearch a.s. – zabývá se elektronickým měřením sledovanosti televize, www.mediaresearch.cz

Ukázka z knihy LANIADO, N. *Jak od malička rozvíjet inteligenci dětí*. Praha : Portál, 2004., dostupná na <http://www.rodina.cz/clanek4248.htm>

SEZNAM GRAFŮ

Graf 1: Funkční televizor v domácnosti.....	32
Graf 2: Sledování televize.....	33
Graf 3: Proč si lidé televizi zapnou.....	34
Graf 4: Který program lidé nejčastěji sledují.....	35
Graf 5: Hlavní zdroj informací pro společnost.....	36
Graf 6: Zkreslování informací v masmédiích.....	37
Graf 7: Reklamy v televizi.....	38
Graf 8: Život bez televize.....	39
Graf 9: Ovlivňování člověka televizním vysíláním.....	40
Graf 10: Počet televizorů v domácnostech.....	41
Graf 11: Počet televizních programů.....	42
Graf 12: Pohlaví dotazovaných	43
Graf 13: Věk dotazovaných.....	44
Graf 14: Děti a televize.....	46
Graf 15: Vnímavost televizního vysílání	48

SEZNAM PŘÍLOH

Příloha A - Dotazník	I
-----------------------------------	----------

Příloha A - Dotazník

Dovoďte mi, abych Vám položila několik otázek, které se budou týkat sledování televize. Dotazník je anonymní a bude sloužit jen ke statistickému zpracování pro mou bakalářskou práci.

Děkuji za vyplnění dotazníku.

DOTAZNÍK

1. Máte doma funkční televizor?

- a) Ano
- b) Ne

2. Jak často se díváte na televizi?

- a) Často (každý den)
- b) Méně často (obden)
- c) Párkrát v týdnu
- d) Vůbec

3. Proč si vlastně televizi pustíte?

- a) Kvůli zprávám
- b) Kvůli pořadům nebo seriálům
- c) Kvůli filmům
- d) Kvůli sportu
- e) Jen jako kulisu

4. Jakou televizní stanici máte nejradši?

- a) ČT 1
- b) ČT 2
- c) TV Nova
- d) TV Prima
- e) Jiná (uved'te kterou?)

5. Co za médium je pro vás hlavním zdrojem informací?

- a) Televize
- b) Rádio
- c) Internet
- d) Noviny

6. Myslíte si, že mohou být informace, které jsou zveřejňovány v masmédiích zkreslené?

- a) Ne, nemohou
- b) Nevím
- c) Ano, mohou

7. Jaký je váš názor na množství televizních reklam?

- a) Měly by být vysílány více
- b) Měly by být ponechány ve stejné míře jako doposud
- c) Měly by být omezeny
- d) Měly by být v televizi zakázány

8. Umíte si představit život bez televize?

- a) Ne, v žádném případě
- b) Nevím, neumím si to představit
- c) Ano, stačil by mi internet

9. Myslíte si, že vás televize nějak ovlivňuje?

- a) Určitě ne
- b) Myslím si, že ne
- c) Možná ano
- d) Určitě ano (uved'te jak?)

10. Kolik televizorů máte v domácnosti?

- a) 1
- b) 2
- c) Více
- d) Žádný

11. Kolik televizních programů máte ve svém přijímači?

- a) 10
- b) 20
- c) 30
- d) 40
- e) 50 a více

12. Jakého jste pohlaví?

- a) Žena
- b) Muž

13. Kolik vám je let?

- a) 15 let a méně
- b) 15-25 let
- c) 25-35 let
- d) 35-45 let
- e) 45-65 let
- f) 65 let a více

14. Myslíte si, že je televize vhodná pro děti ve věku 1-6 let?

- a) Určitě ne
- b) Určitě ano
- c) Jen občas

- d) Ano, nedají se jinak zabavit
- e) Nevím

15. Pamatujete si, na jaký pořad, seriál či film jste se naposledy díval/a?

- a) Ano
- b) Ne
- c) ČÁSTEČNĚ

BIBLIOGRAFICKÉ ÚDAJE

Jméno autora: Adéla Kopecká

Obor: Sociální a mediální komunikace

Forma studia: Prezenční

Název práce: Podíl televize na zkreslování reality v různých oblastech života společnosti

Rok: 2018

Počet stran textu bez příloh: 45

Celkový počet stran příloh: 4

Počet titulů českých použitých zdrojů: 15

Počet titulů zahraničních použitých zdrojů: 2

Počet internetových zdrojů: 2

Vedoucí práce: MgA. Marek Hladký