

UNIVERZITA PALACKÉHO V OLMOUCI

PEDAGOGICKÁ FAKULTA

Katedra psychologie a patopsychologie

BAKALÁŘSKÁ PRÁCE

Lucie Hirtová

VLIV TELEVIZE NA DĚTI A MLÁDEŽ

OLMOUC 2012

vedoucí práce: Mgr. Michaela Pugnerová, Ph.D.

Prohlášení:

Prohlašuji, že jsem bakalářskou práci vypracovala samostatně a použila jen uvedenou literaturu.

V Olomouci dne

.....

podpis

Poděkování:

Děkuji Mgr. Michaela Pugnerové, Ph.D., za odborné vedení bakalářské práce a poskytování rad, ale i učitelům základní školy, u nichž jsem realizovala výzkumné šetření.

Obsah

Úvod.....	6
1 Teoretická část.....	7
2 Média.....	7
2.1 Masová média.....	8
3 Socializace.....	10
3.1 Socializace v dětství.....	10
3.2 Teorie sociálního učení.....	11
3.3 Teorie vzorů.....	11
3.4 Teorie nápodoby.....	12
3.4.1 Nápodoba osvojovací.....	12
3.4.2 Nápodoba imitační.....	13
3.4.3 Nápodoba traumatická.....	14
3.5 Identifikace.....	14
4 Agrese.....	16
4.1 Příčiny agrese.....	16
5 Televizní vysílání.....	18
5.1 Vnímání televize v dětství.....	18
5.2 Televizní realita.....	20
5.3 Televize ve volném čase dětí a mládeže.....	20
5.4 Televizní násilí.....	21
5.5 Vliv televizního násilí na děti a mládež.....	24

5.6 Reklama a její vliv na děti.....	24
5.7 Výzkumy v oblasti sledování televize.....	26
6 Empirická část.....	28
6.1 Úvod empirické části.....	28
6.2 Cíle výzkumu.....	28
6.3 Stanovení hypotéz.....	28
6.4 Výzkumný vzorek.....	29
6.5 Postup při sběru dat.....	29
6.6 Použité metody.....	30
7 Výsledky výzkumného šetření.....	31
7.1 Obecné zásady při zpracování výzkumu.....	31
7.2 Studentův t-test.....	31
7.3 Test dobré chody chí-kvadrát.....	36
7.4 Test dobré schody chí-kvadrát pro kontingenční tabulku.....	37
7.5 Vyjádření k hypotézám.....	38
7.6 Diskuse.....	39
Závěr.....	41
Seznam použité literatury a pramenů.....	42
Přílohy.....	44
Dotazník.....	45
Anotace	

Úvod

Jedno z nejdůležitějších období lidského života je nepochybně dětství a dospívání, kdy se lidská bytost utváří a působí na ni nepřeberné množství činitelů. Jedním z nich je i televize, které náleží důležité místo v socializačním procesu. Téměř všechny děti sledují televizi a to i každý den, je proto nutné nebrat ji na lehkou váhu. Děti mají běžně ve svém pokoji televizní přijímač a tráví u něj svůj volný čas. Žijeme ve století, kdy média mají obrovskou moc a setkáváme se s nimi na každém kroku. Je tedy více než patrné, že televize člověka nepřetržitě ovlivňuje a právě děti, které jsou zranitelné, nemají dostatek vědomostí a zkušeností a jsou tím pádem tak nejsnadněji ovlivnitelné.

Svou bakalářskou práci jsem rozdělila na teoretickou a praktickou část. V této práci se pokouším definovat pojmy jako média, socializace a agrese. Tyto pojmy jsou velmi úzce spojeny s tématem vlivu televize vysílání. V první kapitole teoretické části objasňuji pojem média a masová media, další kapitola je věnovaná socializaci, jejím etapám a teoriím. Čtvrtá kapitola popisuje agresi, její příčiny a projevy. Pátá kapitola se již přímo zabývá televizí, jak ji děti a mládež vnímají, v čem je ovlivňuje, jaké místo má v jejich životě a volném čase. Důležité a hlavně zajímavé jsou i konkrétní výzkumy na téma televize a děti, které jsem se snažila zařadit na konec teoretické části práce.

Na předchozí kapitoly navazuje empirická část. V této části mě hlavně zajímalo, jak dalece jsou děti s televizí v kontaktu, kolik hodin tráví jejím sledováním, jestli je rozdíl mezi četností sledování mezi chlapci a dívkami. Zkoumala jsem i vliv sourozenců na počet hodin strávených před televizí a jak silné místo má televize mezi ostatními volnočasovými aktivitami.

1 Teoretická část

V této části práce si kladu za cíl zmapovat a vysvětlit pojmy, které souvisí s tématem vlivu televize na člověka. Televize si totiž vydobyla velmi pevnou pozici nejen mezi ostatními médii, ale také ve společnosti, kde se začíná pomalu vytrácet komunikace tváří v tvář a je nahrazena právě médii a tím pádem i televizí. Ovšem tato stránka pokroku sebou nese jen pozitiva, ale také negativa. A proto je nutné nezabývat se pouze obecnými poznatky, ale právě těmi negativními jevy, které se tohoto tématu týkají.

2 Média

V bakalářské práci se sice zabývám přímo televizí, ale ta je jen jedno z médií, proto považuji za důležité objasnit tento pojem a přiblížit ho, abychom tak lépe porozuměli právě samotné televizi.

Slovo **médium** pochází z latiny a znamená prostředek, prostředníka, zprostředkující činitel (tedy to, co něco zprostředkovává). S tímto výrazem se můžeme setkat i ve fyzice, chemii, biologii. Tento pojem používají hlavně sociologové, psychologové, novináři a politici. A právě obory, které se věnují různým projevům mezilidské, sociální komunikace, označují slovem médium to, co zprostředkovává někomu nějaké sdělení, tedy médium komunikační.

Mezi tyto média patří knihy, noviny, časopisy, televize, rozhlas, internet. Médium by se dalo v dnešním pojetí popsat jako sociální a intelektuální prostředí, které je vytvořeno strojem. Komunikační prostředky však nejsou jen tisk, televize a internet, komunikaci zprostředkovává daleko více médií, vždyť komunikace bez jakéhokoli média je nemožná. Proto se někdy za médium považují i kódy, které se při komunikaci používají, tedy jazyk, například čeština. Tyto kódy je možné považovat za primární komunikační médium.

Užití pouze tohoto média, ale není dostačující. S rozvojem a rozšířením lidské

civilizace rostla potřeba přenášet informace na větší vzdálenosti a nabídnout je v co nejkratším čase co nejširší skupině lidí a zaznamenávat je tak, aby vydržela co nejdéle.

Je tedy možné sledovat v průběhu dějin vývoj sekundárních médií, jimiž se lidé snažili překonat časovou a prostorovou omezenost sdělení. Za sekundární média tak můžeme považovat nástěnné kresby v jeskyních, písmo, kouřové signály, posly, poštu. Zlomem v úsilí hledání technologie dovolující rozmnožení sdělení byl vynález knihtisku. Výrazný pokrok a změny zaznamenala média ve dvacátém století, kdy vstoupilo na trh rádiové a televizní vysílání a celospolečenská rovina komunikace se značně proměnila (Jirák, Köpplová, 2007, s. 15-24, Postman, 1999).

2.1 Masová média

Masová média jsou v dnešní době velmi oblíbená a vyhledávaná díky své líbivosti a dostupnosti. Těmto médiím je přisuzována schopnost urychlovat modernizaci, mohou zprostředkovávat vzdělání nebo předávat zkušenosti a rozšiřovat nám obzory. Masmédia jsou považována za produkt hospodářského vývoje (Kunczik, 1995). Stav médií bývá obecně přesným odrazem stavu společnosti, stačí porovnat média před pětadvaceti lety a dnes. Proměna je do očí bijící, ale přesto zůstává podstata odrazu společnosti stejná. Jak se mění média, mění se i společnost (Žantovský, 2004).

Mezi masová média patří noviny, tisk, televizní vysílání, filmy, kompaktní disky, internet. Tato média slouží k celospolečenské komunikaci, zpravidla mezi jedním výchozím zdrojem a blíže neurčeným, avšak početným cílům, což je publikum složené z velkého množství lidí. Podstatným rysem těchto médií je skutečnost, že nepodporují vysílání a přijímání sdělení na obou stranách, naopak svou podstatou staví jednoho účastníka do role vysílatele a druhého do role příjemce. A právě předpokládaná povaha příjemce, tedy početné skupiny lidí, kteří mají navzájem slabé nebo žádné sociální vazby, tvoří masu, svádí

k představě o anonymním souboru příjemců, který dal název těmto médiím (Říčan, Pithartová, 1995, Jirák, Köpplová, 2007).

Masová média lze dělit dle užití technologie na tištěná a elektronická média, dále podle charakteru předpokládaného publika na média pro děti, ženy, muže, regionální a celostátní média nebo lze dělit média podle jejich obsahu a to například na zábavná, zpravodajská nebo reklamní. V zásadě tak můžeme chápat moderní masová média jako specializovaný průmysl zaměřený na to, aby nabízel výrobky, které uspokojují poptávku po nejrůznějších informacích, zábavných obsazích a spoustu dalšího zboží.

Masmédia také vytvářejí nové sociální vazby ve společnosti, utvrzují skupinovou identitu a pomáhají jedinci najít jeho místo mezi ostatními. Vysílatel mediálního sdělení nemá s příjemci bezprostřední kontakt a nevidí jejich reakce. Výsledkem je, že mediální kultura je svým způsobem jednosměrná, je zaměřena na stereotypní, velmi obecně charakterizované publikum. Média nevědí, s kým konkrétně komunikují a tak zaměstnanci médií pracují se stereotypy, jako je veřejnost, člověk z ulice a mnoha jinými. I když mediální komunikaci zajišťují speciální technologie, tvůrci se snaží navodit publiku představu, že se ve skutečnosti jedná o komunikaci mezilidskou. Kladou důraz na údajný podíl čtenářů, posluchačů a diváků na konečné podobě sdělení, pomocí dopisů, telefonátů nebo textových zpráv.

Dalším výrazným rysem mediálních zpráv je jejich přesná technická opakovatelnost a dostupnost, například v novinách, ve filmu nebo na internetu, což je u každodenní mezilidské komunikace nemožné, protože je zakotvená v čase a prostoru, zatímco masmédia dokážou překonávat tyto bariéry a my můžeme novinami listovat neustále nebo se dívat na stejný film pořád dokola, aniž by se obsah nebo různé detaily změnil (Jirák, Köpplová, 2007).

3 Socializace

Proces seznamování se člověka s kulturním prostředím jeho rodiny a osvojování si kulturních způsobů chování, ale i cítění a interpretace skutečnosti se nazývá socializace (Nakonečný, 1995).

Je to základní proces, jehož prostřednictvím se postupně novorozenec jako lidský organizmus stává lidskou bytostí a funguje jako člen lidské společnosti. Je to nesmírně hluboká a důležitá proměna, která znamená přechod z říše přírody do říše lidské kultury a na ní založené lidské společnosti. Socializace a sociální prostředí má vedle inteligence a věku velký vliv na psychický vývoj a jeho změny hlavně u dětí (Piaget, 1997).

Tento proces přeměn začíná osvojováním základních kulturních návyků, později mluvené řeči a dalšími změnami až po osvojení role svého pohlaví, orientace ve světě hodnot a jejich přejímání, **zvnitřňování**.

Je to proces učení, zejména sociálního, protože se uskutečňuje od nejranějšího věku dítěte v jeho kontaktech se sociálním okolím, zpravidla v interakci dítěte a rodiny. Tato interakce, anebo toto učení je ovšem ovlivňováno vrozenou konstitucí jedince, jeho specifickými lidskými druhovými vlohami a dědičností. K vrozené konstituci nepatří jen specificky lidské zvláštnosti smyslových orgánů, ale i vrozené způsoby chování, vrozené reflexy a instinkty. V tomto smyslu tedy nepřichází člověk na svět jako prázdná nádoba. Přináší si na svět určitý systém vrozených sklonů, na jehož bázi se celý proces socializace odehrává. Socializace je vysoce komplexní proces, který začíná v novorozeneckém věku v rodině, pokračuje ve škole a zaměstnání, je determinovaný masmédií, ale i příslušností k různým skupinám pracovním, zájmovým a dalším (Nakonečný, 1999).

3.1 Socializace v dětství a dospívání

Pro období dětství je v procesu socializace charakteristické navazování prvních sociálních vztahů, poznávání věcí kolem sebe a prvních zákonitostí společnosti, utváření si prvních názorů na svět, který dítě obklopuje a budování základů hodnotového systému.

V životní fázi dospívání pak důležitou úlohu hraje především jeho rozvíjení, osvojování si žádoucího chování v různých situacích, orientace v širokém společenském okolí. Je zde patrná snaha po autonomii, individualizaci, utváření životního plánu. Velmi zjednodušeně lze za výtvar socializace označit osobnost člověka jako výsledek jeho sociálních zkušeností a učení (Vlastník, 2005). V dospívání si už člověk nevystačí s tím, s čím v dětství. Je to dáno mentálními schopnostmi dospívajícího a hlavně složitostí nových situací,

do kterých se dostává. Je spojitost mezi biologickým a sociálním zráním, člověk dospívá a tělo dozrává, zároveň také sociálně dozrává (Macek, 2003).

3.2 Teorie sociálního učení

Teorie sociálního učení je teorií získávání nových forem chování. Ústřední roli zde hrají procesy **internalizace** (zvnitřnění) a **identifikace** (ztotožnění).

První učení probíhá v rodině a dítě přejímá chování rodičů. Princip spočívá v tom, že člověk napodobuje chování, které vidí u druhých a začleňuje je do svého repertoáru reakcí a chování. Kontrola se pak provádí formou odměn a trestů.

Setká-li se určité chování s pozitivní odezvou okolí, chování je odměněno, je větší pravděpodobnost jeho zvnitřnění a ztotožnění, pokud jde o nežádoucí chování tak je trestáno a očekává se, že bude potlačeno, někdy s větším, jindy ovšem s menším úspěchem. Čím hodnotnější je pro dítě odměna za činnost, tím spíše bude tuto činnost vykonávat.

Čím častěji dostalo dítě v minulosti odměnu, tím méně hodnotné budou pro něj prvky této odměny (princip nasycení). Jestliže dítě za své chování nedostane odměnu, kterou očekávalo, naopak dostane trest, který nečekalo, bude zlostné a ve zlosti jsou obsaženy odměňující výsledky agresivního chování, které je zlostí vyvoláno. Výsledky výzkumů ukazují, že napodobování může probíhat jak vědomě tak nevědomě (Vlastník, 2005, Nakonečný, 1999).

3.3 Teorie vzorů

Teorie sociálního učení dále rozvíjí teorie vzorů, která umožňuje začlenění nápodoby chování viděného na televizní obrazovce do konkrétního kontextu. V této teorii hraje zásadní úlohu procesu modelování sestávající se z několika stádií, jak je shrnul M. L. Defleur.

Stádia:

1. *Jednotlivý člen publika pozoruje osoby na obrazovce, zapojené do určitého vzorce jednání v mediálním obsahu.*
2. *Pozorovatel se identifikuje s modelem, to znamená, že věří, že je jako model, chce být jako model, nebo považuje model za tolik atraktivní, že stojí za napodobování.*

3. *Pozorovatel vědomě poznává nebo nevědomě dospívá k závěru, že poznávané chování bude funkční a přinese žádoucí výsledky, když bude v nějaké situaci napodobováno.*
4. *Jednotlivec si vzpomene na chování modelu z televize, je-li konfrontován s důležitými podmínkami a napodobuje toto chování jako prostředek reakce, na tuto situaci.*
5. *Nápodoba činnosti v důležité podmětové situaci přináší jednotlivci nějakou úlevu, odměnu, což způsobí upevnění chování.*
6. *Pozitivní upevnění zvyšuje pravděpodobnost, že jednotlivec použije napodobovanou činnost opakovaně jako prostředek reagování na stejné situace (Vlastník, 2005, s. 27-28).*

3.4 Teorie nápodoby

Biologické charakteristiky jednatelce ve spojení s jeho jedinečnou sociální existencí v prostoru a čase strukturují jeho osobnost a existují v permanentním procesu vzájemného působení. Na světě tak neexistují dva lidé, kteří by vnímali a prožívali podněty stejně a začleňovali pozorované způsoby chování do svého souboru chování.

Je důležité připomenout zásadní rozdíl zdůrazňovaný psychologickou teorií, mezi **vizuální prezentací objektu** – jeho objektivní charakteristiky, jak je zachytí třeba fotoaparát – a jeho **vnitřním obrazem**, který vyvolává v každém jedinečné a individuální charakteristiky a asociace. Tento vnitřní obraz je tvořen subjektivním vnímáním, podmíněným biologickými charakteristikami poznávací soustavy, k němuž se připojují emoce, city, závislé na zkušenosti a socializačním procesu. Proto děti zkusí napodobovat různé věci, co viděly na televizní obrazovce, jako jsou například násilné scény

Vztahem mezi chováním modelu a jeho nápodobou v mediálním kontextu se dlouhodobě zabývá psychiatr a psycholog Serge Tisseron. Teorii nápodoby dělí do tří modelů, na nápodobu **osvojovací, imitační a traumatickou** (Říčan, Pithartová, 1995, Vlastník, 2005).

3.4.1 Nápodoba osvojovací

Tato nápodoba se také často nazývá **nápodoba vážná**. Dítě napodobuje chování modelu, ke kterému má důvěru a vidí jeho chování jako úspěšné. Osvojuje si tak jasná pravidla a gesta společenského chování. Autoři často uvádí jako příklad nápodobu erotických

scén z filmů pro dospělé v získávání prvních milostných zkušeností.

Osvojovací nápodoba však není pouze dětskou doménou, i dospělí lidé často hledají návod na řešení rodinných, pracovních a vztahových situací v televizním vysílání, proto se těší velké sledovanosti seriály rádoby ze života, kde postavy řeší situace, do kterých se může v běžném životě dostat i divák (Vlastník, 2005).

3.4.2 *Nápodoba imitační*

Také nápodoba hrou. V tomto případě nejde o nápodobu vážnou. Chování modelu je napodobováno za účelem osvojení si určité situace na sebe samého. Dítě se na zkoušku vtěluje prostřednictvím hry do modelu a zkoumá, co napodobované chování přináší.

Tato nápodoba v sobě obsahuje i sociální aspekt, kdy dítěti, či mladistvému, který používá napodobované chování, umožňuje navazovat vztahy s jeho vrstevníky, kteří jsou vystaveni působení stejných mediálních vzorů. Tuto nápodobu je možné pozorovat při hrách dětí, která shlédly stejné pořady a určité reakce a chování na ně zapůsobilo tak, že se promítá i do společného hraní. (Vlastník, 2005)

3.4.3 *Nápodoba traumatická*

Jsou zde důležité dvě formy zvnitřnění. První formou je **introjekce**, kdy psychický systém nemá problém se strávením přenášených obrazů a pomocí introjekce si tak vytváříme evolutivní modely chování, které jsou schopné další proměny. Jako protiklad této formy zvnitřnění staví Tisseron **inkluzi**, kdy psychický systém není schopen rozložit vnímané informace na jednotlivé prvky a dochází proto k uzavření pocitů, myšlenek a emocí, které u jedince vyvolává situace a kterou není schopen si psychicky osvojit.

Inkluze má **konzervační** charakter, kdy uzavírá zkušenost, aniž by cokoli měnila. Uzavíráme tak zážitky, které nemůžeme zpracovat okamžitě a zpracujeme až v budoucnu, zejména pomocí rozhovoru. Tyto zážitky jsou dočasně vyřazeny z našeho vědomí pomocí mechanismu částečného a určeného oddělení, které vzniká původně jako dočasné, zůstává však často trvalým. Schopnost strávit předkládaný obsah záleží na možnosti přizpůsobit vjemy rozsahu naší psychické soustavy.

Tady vstupuje do popředí hlavní rozdíl mezi obrazem a televizním vysíláním. Zatímco člověk sledující obraz v rámu má možnost věnovat se částem, které ho zaujaly, jak dlouho

potřebuje a vracet se k nim, dost času na přemýšlení o obrazu, při sledování televize tuto možnost nemáme a musíme se přizpůsobit tempu sledovaného pořadu. To vede k převládání inkluze nad introjekcí.

Tato ztráta možnosti přemýšlet nad jednotlivými televizními obrazy, má za následek, že zatímco z pozorování obrazu má člověk **subjektivní** dojem (z osobního pohledu), z televize jde spíše o dojem **objektivní** (všeobecný pohled). Oba dva procesy mohou probíhat současně.

Dítě může interiorizovat mechanismem introjekce chování. Které se od něj očekává a mechanismem inkluze trauma, které doprovází toto osvojení, jež uzavírá do svého nitra. Tento proces nastává například, pokud je dítě nuceno chovat se zdvořile k dospělému, ke kterému nechová úctu. Přítomnost inkluze v kterémkoli svém okamžiku ohrožuje fungování psychiky. Je to způsobeno tím, že zážitky přetrvávají v psychice dítěte. Traumatická nápodoba se může projevit ve vztazích dítěte k jeho okolí velmi brzo nebo naopak až se značným odstupem. Je způsobena souhrou zážitků, které znovu obnoví zkušenost prožitou v minulosti prostřednictvím televize a oddělenou inkluzí. Toto reprodukce způsobí obnovení psychických a fyzických stavů a může podnítit nevysvětlitelné a brutální chování, které je ovšem vždy ve spojitosti s dřívějšími zážitky.

Při nápodobě mediálních vzorů hrají svou roli všechny uvedené formy nápodoby. Jedením z rozhodujících momentů mezi nápodobou imitační, traumatickou a osvojovací je zachování si zdravého odstupe od sledovaného pořadu a schopnost dítěte porozumět předkládanému televiznímu obsahu. V případě nedostatečného rozlišení fikce od reality je podporována nápodoba vážná a imitační, v případě nedostatečného porozumění programu je podporována inkluze a tím pádem nápodoba traumatická (Vlastník, 2005).

3.5 Identifikace

Identifikací se rozumí ztotožnění se svým vzorem, přijetí určitého vzoru. Předpoklad k identifikaci vytváří citová vazba na druhého, láska, ale i třeba nenávist spojená se strachem. V identifikaci se uplatňuje zobecněné pozorování. Předmětem identifikace u dítěte jsou nejčastěji rodiče, může jít ovšem i o jiné blízké osoby nebo právě o televizní hrdiny. Nejde tu jen o vnější nápodobu jejich chování. Rozdíl mezi **imitací** a **identifikací** je v tom, že první pojem se vztahuje k jednotlivým projevům chování, jde tu o učení na základě pozorování, identifikace naproti tomu znamená hluboké ztotožnění se.

Identifikující osoba se chová tak, jak by se choval objekt identifikace na jeho místě. Dítě identifikující se s televizním hrdinou, neimituje svůj vzor doslova, ale snaží se chovat tak, jak by se podle něj zachoval on v jeho situaci a stejném věku. Kdyby dítě pouze imitovalo, chovalo se naprosto stejně, dostalo by se někdy zřejmě i do konfliktu se svým sociálním okolím, které by takové chování nepochopilo. Identifikace však znamená, že právě k některým imitačním aktům nedojde, že je dítě zavrhne, protože neodpovídají jeho věku, okolnostem nebo prostředí. Dokonce, ani když bude dítě starší, nebude imitovat přesné chování svého vzoru, protože formy chování a vyjadřování mohou být již jiné, avšak bude se chovat tak, jak by se zřejmě choval jeho vzor, kdyby byl tak starý jako on.

Identifikace může mít také zdroj obranný a tak mohou být převzaty i nenáviděné a obávané znaky druhého. Dítě se může identifikovat i s nenáviděným rodičem nebo televizní postavou. Uplatňuje se zde tendence „budu-li stejný jako ty, nemusím se tě obávat“. Zvláštním případem je identifikace dítěte s matkou, vyvolaná u dítěte strachem ze ztráty vzájemné vazby. Dítě tím překonává prožívanou úzkost, ale nikoli touhu po matce, které univerzálním prostředkem uspokojování všech jeho potřeb, a dítě se tak stává na matce zcela závislé (Nakonečný, 1999).

4 Agrese

Pojem agrese je používán pro popis chování lidí i zvířat. Agresivní chování je zpravidla pozorovatelné. **Násilí** je pojem, který je sice zaměnitelný s agresí, ale obvykle se používá pro interakci mezi lidmi. **Hostilita** je pak pojem s mnoha významy, nejčastěji se však používá k označení nepřátelského chování a postojů.

Všechny agresivní reakce vykazují dvě charakteristiky a to udělení škodlivého stimulu a mezilidský kontext. Podstatou agrese je někomu uškodit nebo ublížit, za synonymum slova agrese se dá použít i výraz útok. S heslem agresivita se pojí pojmy jako dětská, mezidruhová, verbální, vnitrodruhová a mnoho dalších.

Člověk se však nestává agresivním v určitém okamžiku a náhle, ale jedná se o postupný proces na základě dispozic, výchovy, vlivů sociálního prostředí a zkušenosti. Kunczik(1995) ve své knize zmiňuje, že se řada odborníků shoduje s tvrzením, že zdroji učení agrese jsou na prvním místě rodina, poté společnost a na třetím místě je už televize. Agrese ovšem nemusí být brána jen jako negativní projev chování člověka. A. Storr dokonce zdůraznil důležitost agrese v životě člověka., neboť jsou situace, kdy je agrese nutná, jako je například boj o svá práva nebo za spravedlnost.

Agrese však zajišťuje i samostatnost a nezávislost. Storr soudí, že agresivita pomáhá dítěti osvobodit se od rodičů, slouží dospělému k tomu, aby určoval a chránil svou osobnost, svou samostatnost, která vždy, když je ohrožena, vyvolává agresí. Člověk a tedy i dítě musí být agresivní, má-li fungovat jako sebevědomý jedinec. Společnost je podle Storra ohrožována více jedinci měkkými a ústupnými než agresivními, jde ovšem o směr agrese a o její formy. Agresivita se tak nemusí projevovat jen násilným chováním, vulgárním a napadajícím slovníkem a nemusí vždy lidem uškodit (Nakonečný, 1999, Suchý, 2007).

Tímto jsem chtěla uvést možné interpretace agrese a jejích projevů. V této práci se však snažím zaměřit především na negativní projev agrese u dětí a mládeže se škodlivým dopadem na okolí a to v důsledku sledování televize.

4.1 Příčiny agrese

Na začátku výzkumů agresivního chování byli odborníci přesvědčeni o agresí vrozené. V roce 1950 přichází Konrad Lorenz s názorem, že je agrese důsledkem vrozených faktorů, které vyvolávají nepřátelské reakce vůči druhým. Jeho model agrese popisuje agresivní chování jako hromadění energie v lidském jedinci, kdy každý jedinec je vybaven agresivním pudem, jen někdo větším a někdo menším, ale každý musí tento pudový potenciál pravidelně

odreagovávat. Pokud má člověk možnost sledovat násilí druhých nebo vybit svou agresi třeba sportem, dojde ke **katarzi** (vnitřní očistě) a agrese se uvolní v podstatě neškodným a i prospěšným způsobem. Když ovšem hladina příliš vzroste, agrese se změní ve zjevné agresivní chování, kterou Lorenz chápe jako **útočnost proti příslušníkům vlastního druhu**.

Tento model je podobný i pudové představě Sigmunda Freuda. Podle něj vedou ke zřejmým rozporům v lidském chování konflikty vyvolané dvěma energiemi a to o rozkoš usilující **libido** a destruktivní instinkt smrti **thanat**.

Freud i Lorenzo se shodují v tom, že je nezdravé, nemůže-li se agresivita vybit v akci, ale to už je dnes všeobecně známí fakt, že potlačování emocí a také agrese je pro nás škodlivé.

Jiného názoru byl Albert Bandura, který se domníval, že je agrese naučená a lidé se chovají agresivně proto, že zjistili, že se jim takové chování vyplatí. Z tohoto názoru pak vychází teorie sociálního učení, které je již zpracovaná výše.

Existuje také teorie, že televize a celkově elektronická masmédiá opravdu významně podněcují agresi, protože z nás dělají nuly, které zoufale touží po identitě a právě hledání identity vždy plodí násilí (McLuhan, 2000).

Za zmínku stojí i Dollardova hypotéza **frustrace-agrese**, což je v podstatě velmi jednoduchý model **stimul-reakce**, kdy odpovědí na frustraci je vždy agresivní chování. Máme-li uspokojené své základní potřeby, nejednáme agresivně, naší přirozeností je tedy nebýt agresivní. Je zřejmé jisté zjednodušení teorie, protože každý z nás reaguje na frustraci jiným způsobem. Agresi můžeme také spojovat s **deprivací** (dlouhodobé strádání), protože ta je vlastně protahovanou frustrací, neznamená to ale, že každá deprivace vede k agresi, je mnoho jiných dalších reakcí na frustraci jako je kompenzace, regrese, racionalizace, fantazie, bagatelizace, identifikace nebo úniková reakce (Suchý, 2007, Nakonečný, 1999).

5 Televizní vysílání a děti

Sledování televize je téměř všemi dětmi oblíbená činnost a zahání jí nudu. Vnímání televize však není pořád stejné, ale s věkem se mění a zdokonaluje a tím stoupá i přijímání televizní reality. Televizní pořady děti a mladistvé dost ovlivňují a proto je důležité kontrolovat, co sledují a které filmy preferují. Hlavně musíme dávat pozor na nadměrné konzumování násilných pořadů, díky kterým se mohou stát agresivnější. To je někdy téměř nemožné, protože kvalitních programů pro děti a mládež je opravdu málo a převládají právě nevhodné pořady.

5.1 Vnímání televize v dětství

Schopnost dítěte porozumět ději na televizní obrazovce a jeho nápodoba v závislosti na věku byly zkoumány mnoho psychology. Z výsledků těchto studií vyplývá následující.

Tři měsíce – děti dokážou věnovat pozornost televizi jen krátkou dobu – již po třech minutách projevují únavu (zívání, pláč, nudí se).

Šest měsíců – děti televizi dovedou věnovat již 16 minut pozornosti. Pozornost věnují pouze proměnám obrazu. Děti začínají napodobovat televizní postavy od chvíle, kdy je dokážou rozlišit od pozadí.

Třináct měsíců – děti dovedou věnovat pozornost dospělému člověku na obrazovce a napodobit jeho zacházení s hračkou ještě na druhý den.

Osmnáct měsíců – děti umí napodobit jednoduché úkony podle televize (tleskání rukama, mávání).

Třicet měsíců – děti začínají chápat obsah a smysl pozorovaného dění. Zvyšuje se i jejich schopnost věnovat televizi pozornost.

Tři roky – děti dávají přednost kresleným programům a vzdělávacím pořadům pro ně určeným. Tříleté děti už aktivně vyhledávají součásti pořadu, které se týkají zápletky.

Tři až pět let – inteligence se dostává z předponového myšlení na vyšší úroveň názorového myšlení. Děti z filmu vnímají pouze detaily a jednotlivosti.

Tyto jednotlivé scény nedokážou propojit v celek. Zaměřují se jen na nejnápadnější znaky televizních postav. Velkou pozornost věnují televiznímu násilí, nejčastěji v kreslených

filmech, protože tyto scény obvykle doprovází zajímavá hudba, zvukové a světelné efekty, proměny scény. Ve hře předškoláků poté, co sledovali pořad s násilím, se objevuje více agrese než u her dětí, kteří pořad s násilím nesledovali.

Strhnutí dějem televizního pořadu se u dětí tohoto věku projevuje výkřiky, mimikou, gesty a fyziologickými projevy. Pozornost dětem však vydrží jen krátkodobě a střídají se v ní silnější fáze s fázemi odklonů. Děti v tomto věku prakticky nejsou schopny rozlišovat mezi realitou a fikcí. Pokud jim dospělá osoba nevysvětlí tento rozdíl, může dojít k naprosté nápodobě chování televizního hrdiny a dítě je schopné například vyskočit z okna, aby mohlo létat.

Šest až osm let – u dětí je patrný pokrok v porozumění děje filmu. Projevují se pokusy o chronologické řazení děje, zároveň jsou již děti schopné předpokládat, jak se bude děj vyvíjet, a zaměřují pozornost na podstatné prvky. Ve věku sedmi let věnují pozornost tomu, co sledují, již z 70%. Prožívání děje se projevuje zapomínáním na své okolí a čas, pocením, kousáním do rtu, tisknutím se do křesla a únikem do vedlejších činností

Devět až deset let – rozvíjí se schopnost komplexnějšího porozumění filmu – hlavní dějová linie se odděluje od vedlejších, pořad je však soustředěn hlavní zájem na detaily. Chlapci začínají skrývat své citové zážitky. Dívky se naopak nebojí dávat najevo své emoce. Pojem skutečný znamená v tomto věku něco, co je ve skutečném světě možné. Hra dětí, které sledují násilné programy, obsahuje daleko větší počet prvků promyšleného násilí.

Jedenáct až dvanáct let – vyprávění dětí se zbavuje detailů a dovedou vystihnout hlavní dějovou linii. Děti rády sledují filmy určené dospělým. Vyprávění filmů a hlavně těch, které mají ostatní děti zakázané, pomáhá v této době upevňovat postavení ve skupině.

Přesto v tomto věku ještě nejsou děti schopny rozlišit prostorovou a časovou nezávislost obrazu na realitě. Obecně lze říci, že schopnost porozumění a odstup od filmu vzrůstá a dotváří se v průběhu dospívání.

Dvanáct až šestnáct let – děti mají tendenci silně se identifikovat s výraznými charaktery, které idealizují a to včetně nevhodných vzorů. V tomto období hledání sociální identity je jedinec obzvláště ovlivnitelný jakýmkoliv předkládanými vzory.

Mladí lidé vyhledávají extrémní zážitky a inspiraci nachází v televizi. Někdy mezi sebou mohou soupeřit, pokud jde o sledování nevhodných a násilných pořadů, často v nich však přitom tyto pořady vyvolávají pocit úzkosti. Zajímavé je srovnání mezi frustrovanými a nefrustrovanými dětmi. Zatímco nefrustrované děti jsou schopny lepšího vybavení děje,

frustrované děti si pamatují méně z vlastního obsahu děje, ale naopak z agresivního obsahu.

V souvislosti s věkovým vývojem a rozvojem kognitivních schopností se mění i vkus a zájmy dětského diváka (Vlastník, 2005, Blažek, 1995).

5.2 Televizní realita

Po celý lidský věk, ale především pro období dětství a mládí je typické kladení si spousty otázek a hledání odpovědi na ně a ověřování si poznatků v praxi. Do tohoto období experimentování a hledání místa ve světě vstupuje televize, která představuje pro děti a mládež hlavní zdroj informací o okolním světě a o vztazích a přináší jim odpovědi na jejich otázky. Celá událost reálného světa se stává stravitelnější, když je filtrována a přepracována do komerční podoby televizním průmyslem.

Všechny televizní pořady vytváří televizní realitu – složitý systém skutečností a fikce, který láká diváka snadnou dostupností.

Kanadský teoretik masových médií Marshall McLuhan přišel před lety s myšlenkou, že jejich hlavní působení nespočívá v tom, co sdělují, ale v charakteristickém způsobu jak to sdělují. A v tomto složitém systému televizní reality, která je pro ně od skutečnosti často velmi složitě odlišitelná, nacházejí děti a mládež odpovědi na své otázky. Nacházejí je zde tím spíše, nedostává-li se jim vysvětlení a odpovědi od jejich nejbližších, od jejich rodičů, pokud jsou toho schopni. Mnohdy není možné mít jim za zlé, že nedokážou vše uvést na pravou míru, protože proti přesvědčující síle jsou často bezmocní.

Tyto odpovědi, normy a hodnoty získané z televize, mladí lidé přijímají za své, často bez hlubšího přemýšlení o jejich pravdivosti a smyslu. Touto cestou nejčastěji proniká televizní morálka do společnosti. Na druhou stranu, žádné jiné médium neumí předat informace tak přesvědčivou a atraktivní formou jako televize. Pokud čteme o nějakém hrůzném činu v novinách nebo knize, těžko to na nás bude mít takový dopad jako zpráva z obrazovky, které je doprovázená i obrazovým záznamem (Vlastník, 2005, Blažek, 1999).

5.3 Televize ve volném čase dětí a mládeže

Významná role televize v socializačním procesu se odvíjí od počtu hodin před ní strávených. V civilizovaném světě je sledování televize jedním z nejoblíbenějších způsobů, jak trávit volný čas. Nemusíme ovšem jen sedět doma před televizí, práce s filmem a televizními pořady je součástí mnoha zájmových kroužků a klubů. Existuje i mnoho kroužků

zaměřených přímo na jednotlivé filmové žánry (Krátká, 2007). Nás ale hlavně zajímá nařízené sledování televize, většinou uskutečněné v pohodlí domova.

Podle průzkumu z roku 1994 bylo v České republice sledování televize hlavní náplní volného času pro **73%** mladých lidí ve věku 15-29 let, u dětí do 14 let to bylo dokonce **93%**. Lze však předpokládat, že se toto číslo již zmenšuje, z důvodu oblíbenosti a rozšíření internetu a počítačových her, stále však platí, že sledování televize patří jedna z prvních příček mezi nejčastěji provozovanými činnostmi ve volném čase. Významnou vzestupnou tendenci oblíbenosti zaznamenala od roku 1984.

Sledování televize vytlačuje ze života mladých lidí aktivní a tvůrčí koníčky jako sport a hudební a výtvarné činnosti., což dotváří obraz konzumního stylu života současné mládeže. Počet hodin, které u nás průměrný mladý člověk stráví před televizí, je nejméně **25 hodin týdně**, výzkumy zároveň odhalily, že více než **3 hodiny** denně před obrazovkou představují kritickou hodnotu. Údaje pro Českou Republiku říkají, že dnešní třináctileté děti viděli v televizi už asi **52 tisíc** vražd, násilnění, přepadení a ozbrojených loupeží.

Sledování televize se ale na přední příčce žebříčku volnočasových aktivit pohybuje ve všech vyspělých zemích světa, největší oblíbenost televize mezi dětmi a mladistvými je v USA. Podle dokumentu Rady Evropy z roku 1995 byl čas průměrně strávený před televizní obrazovkou dětí mladších 5 let **1¼ hodiny**, u dětí ve věku 10-14 let **2 hodiny 55 minut**. Výzkum uskutečněný organizací UNESCO v roce 1998 ve 23 zemích mezi 5000 dětmi ve věku 12 let ukázal, že tyto děti strávily sledováním televize denně průměrně **3 hodiny**, tedy o **50%** více času než věnovali kterékoliv jiné činnosti. Podle stejného výzkumu bylo během jedné hodiny v televizi vysíláno **5-10** násilných scén.

Ačkoliv jsou tato fakta téměř děsivá, omezení nebo úplné vyřazení televize jako takové ze života dětí by mělo patrně nevhodný až nebezpečný účinek, protože by děti zřejmě vyřadilo z jejich sociální sítě. Někteří autoři dokonce uvádí, že pokud děti vůbec nemají možnost sledovat televizi, je to pro jejich vývoj ohrožující. Toto tvrzení je už dost kontroverzní, ale souhlasím, že televize je v životě dětí v určitém ohledu přínosná. Některé pořady mohou dítěti skutečně zprostředkovat společenské a kulturní hodnoty, bohužel takových na televizní obrazovce můžeme vidět čím dál méně a méně (Vlastník, 2005, Blažek, 1999).

5.4 Televizní násilí

Nebezpečná je drastičnost, se kterou je násilí zobrazeno. Dále je násilí na obrazovce ve většině případů prezentováno jako normální cesta vyrovnávání se s problémy, je to něco

samozřejmého, co patří k životu stejně jako jídlo nebo spánek. A děti to ta vnímají a přenášejí do svého chování.

Sledování televizního násilí u dětí **zvyšuje strach** z možnosti stát se obětí násilí, z čehož pramení neustálé sebeobránné chování a vzrůstající bázlivost vůči ostatním. Televize má totiž tu moc měnit realitu a manipuluje s námi. Zprávy v televizi bývají přehnané a informace nepřesné a co se týče zpráv o násilí, brutalitě a kriminálních činech, zabírají valnou část zpravodajství a člověk pak milně žije v domnění, že jej obklopuje permanentní nebezpečí (Kunczik, 1995).

Dále také **zvyšuje desensitizaci** (z necitlivění) ve vztahu k násilí, což se odráží v bezcitných postojích k násilí ve vztahu k ostatním a ke snížené pravděpodobnosti pomoci oběti násilného činu (behaviorální apatie). **Zvyšuje touhu** po zapojení se do násilí, či po vystavení se násilí.

Na druhou stranu, ne všechno televizní násilí je přímo špatné. Je ostatně patrný rozdíl mezi akčním filmem, kde hraje násilí hlavní roli a mezi historickým filmem, válečným filmem nebo filmem oslavujícím sílu a slušnost, kde násilí je až poslední cesta k vítězství dobra nad zlem. V televizi ale bohužel zatím převažuje zobrazování násilí pro násilí samé, násilí zde není prostředkem, ale přímo cílem. Pointa filmu by se nezměnila, kdyby ubylo několik násilných scén, ale výsledek by nebyl již tak komerčně zajímavý.

Způsob zobrazování násilí vede k tomu, že děti si neuvědomují dopad násilí v reálném životě a světě, v televizi totiž nejsou většinou ukázané následky násilí – bolest, zmrzačení, utrpení oběti jak fyzické tak psychické, změna života nebo utrpení rodiny oběti. Násilí se v televizních pořadech většinou protagonistům vyplatí a pozorovatel tak o něm získává mylnou představu (Kunczik, 1995).

Dle průzkumu televizního násilí nejeví oběti ve filmech reálné známky bolesti v **60%** a jen **16%** násilných televizních pořadů ukazuje dlouhodobé emoční a finanční důsledky páchaného násilí, dětské programy pak ukazují dlouhodobé záporné následky násilí jen v **5%** případů. Děti nejsou schopné pochopit, že úder, který viděli ve filmu, může ve skutečnosti člověka velmi vážně zranit nebo dokonce zabít.

Styl, jakým je násilí v televizi prezentováno se vyznačuje velmi přesvědčivou mnohdy až dokonalou reálností metod a prostředků, o čemž ostatně děti přesvědčuje každodenní televizní zpravodajství plné krve, vražd a násilí. Zatímco v pohádce vnímají jistou nadsázku a nereálnost děje, akční film nebo seriál vede děti k dojmu, že něco takového je velmi pravděpodobné a něco takového by mohli prožít také. Právě subjektivní vnímání děje coby reálného zvyšuje prudce pravděpodobnost nápodoby viděného jednání a chování. Zda je scéna hodnocena, jako reálně možná závisí na **individualitě** dítěte, na jeho vospělosti a

zkušenostech. Je také prokázáno, že k zapamatování si násilných scén a reakcí dochází nejčastěji, je-li děj přerušen reklamou a násilí je tak vytrženo s dějové linie. K přerušeni v nejpřijatějších momentech dochází pak vůbec nejčastěji, neboť tento reklamní čas je pro televizní společnosti velmi hodnotný.

Projevení vlivu televizního násilí závisí velkou měrou na **sociálním prostředí**, ve kterém se děti pohybují a na jejich individuálních sklonech. Často opomíjené jsou také faktory fyzikální. Některé studie zjistily, že se lidé stávají agresivnější v hlučném prostředí, v přeplněných a prostorově stísněných podmínkách a tehdy, když je horko a přesně takovému popisu odpovídá třeba autobus, kterým jezdí do školy a ze školy, kde je vydýchaný vzduch a ději jsou ve stísněném a hlučném prostředí.

Řada autorů, zabývajících se danou problematikou, pozorovala také významný efekt skupiny, zvyšující míru pravděpodobnosti negativního dopadu televizního násilí na jednotlivce. Skupina obecně stírá individualitu svých členů a právě toto prostředí favorizuje negativní vliv televizního násilí na jedince. Intenzivní emoce prožité při sledování násilných scén vyžadují, aby jim byl dán průchod. Bez pomoci dospělého nacházejí vybití tyto emoce ve skupině. Někteří autoři dokonce tvrdí, že to není osobnost dítěte, která určuje ovlivnění chování jedince televizí, ale právě sociální skupina, ke které je dítě citově vázáno a která mu dává možnost průchodu pocitů. Nebyl však zjištěn rozdíl mezi emocemi pocíťovanými při sledování násilných scén mezi chlapci a dívkami. Existuje ale rozdíl mezi schopností zvládat stres, kdy dívky se s ním vyrovnávají lépe, zejména díky jejich **sociabilitě** (společenskosti) a schopnosti **asociace** (představa na základě předchozí zkušenosti).

Sledování televizního násilí také pomáhá upevňovat sociální pouta ve skupině. Úzká souvislost mezi násilím v televizi a násilím ve skupinách mladistvých byla zjištěna již v 70. letech minulého století.

Mnoho televizních tvůrců omlouvá a hájí televizní násilí **teorií emoční katarze**. Podle této teorie nemá televizní násilí negativní vliv na diváka, ale naopak mu pomáhá vybit své agresivní sklony prostřednictvím sledování filmu a omezuje tak projevy násilí v reálném životě. Svůj původ nachází tato teorie již v učení Aristotela, který konstatoval, že kolektivní prožívání stejných emocí má terapeutický účinek. Podmínkou je shromáždění většího počtu lidí s tím, že katarze se týká pouze emocí lítosti a strachu a dochází k ní díky vybití prostřednictvím navázání emocionálního pouta s ostatními spolu diváky. Obrazy tak mohou mít terapeutický účinek, pokud je člověk obklopen diváky, kteří pláčou, či bojí se spolu s ním. Tento efekt je však pouze dočasný a přichází v úvahu pouze tehdy, pokud mohou být obrazy později verbalizovány. Žádný výzkum ale nepotvrdil efekt emoční katarze, naopak výzkumy a

praxe zavrhli tuto teorii jako ospravedlnění vysílání televizního násilí.

Dospělí, ale také děti a mládež, sledující častěji televizi, mají větší strach z rizika, že by se mohli sami stát obětí trestného činu než populace nesledující televizi stejně často, prvně uvedení také přeceňují míru kriminality ve společnosti a pociťují větší nedůvěru ve vztahu k ostatním lidem, stačí si jen spočítat, kolik se ve večerních zprávách objeví radostných a veselých zpráv a kolik pesimistických a děsivých, není tedy divu, že má pak člověk zkreslenou představu o světě, který ho obklopuje. Nicméně je třeba zmínit, že psychologická a psychiatrická praxe potvrzují, že verbalizace shlednutého násilí pomáhá. Velkou měrou při strávení jeho obsahu, pochopení smyslu a kontextu a pomáhá tak pomalu vyřazovat jeho negativní účinky (Vlastník, 2005, Řičan, 1995).

5.5 Vliv televizního násilí na děti a mládež

Posuzování vlivu televizního násilí na hodnoty, chování a kriminalitu mládeže a dětí bylo předmětem řady výzkumů provedených jak jednotlivci, tak organizacemi. Komise *Americké psychologické asociace* takto: *Není pochybnosti, že časté sledování násilných programů je ve spojitosti a vyšším přijímáním agresivních postojů a agresivního chování. Vystavení dětí násilí v masmédiích, obzvláště v nízkém věku, může mít celoživotní škodlivé následky. Agresivní návyky, naučené v mládí, jsou základem pozdějšího chování. Agresivní děti, které mají problémy ve škole a v navazování vztahů s vrstevníky, mají sklon k častějšímu sledování televize, násilí, které tam pozorují, pak dále posiluje jejich tendence k agresivitě, což v sobě zahrnuje jejich školní a sociální selhání. Tyto následky jsou jak krátkodobé tak dlouhodobého charakteru. Dlouhodobá studie chlapců konstatovala významný vztah mezi vystavením televiznímu násilí u osmiletých chlapců s antisociálním chováním, včetně závažných násilných kriminálních deliktů a domácího násilí o dvaadvacet let později. Kromě zvyšování hladiny násilného chování vůči ostatním mění násilí v televizi významným způsobem postoje a chování ve vztahu k násilí samému. I chování jedinců, kteří se nechovají násilně, je sledováním násilí ovlivněno (Vlastník, 2005, s. 64).*

5.6 Reklama a její vliv na děti

Ačkoli reklama nezobrazuje přímo násilí nebo neohrožuje vývoj dítěte, můžeme na ní přesně vidět vliv televize na děti a mladistvé. V tomto období ekonomické a duchovní krize už je ovšem dospělá populace vůči reklamě téměř odolná a dá se říci, že je i z množství

reklam, které nabízejí příliš drahé a nepotřebné produkty, znuděná.

Všechny mediální a sociologické výzkumy dospěli ke stejnému závěru, a ten zní, že většina populace je na reklamy už téměř alergická. Pokud v televizi dávají reklamy, lidé buď program přepnou, nebo bez zájmu zívají a do paměti se jim vůbec nic nevtiskuje. To ovšem platí o dospělé populaci. Děti jsou stále důvěřivé a na reklamu dají. Děti věří reklamním sloganům a nechávají se velmi snadno ovlivnit. Z vlastní zkušenosti mohu říci, že mě v mladším věku reklama velice ovlivňovala a to především reklamy na hračky ze zahraničí, které se vysílaly na satelitních programech. Moji rodiče museli kupovat hračky na vánoce v Rakousku, protože jinde nebyly k dostání a já si nepřála pod stromeček nic jiného, takže mi nechtěli přichystat na vánoce zklamání a podřídili se mému požadavku. Samozřejmě jsem nebyla jediné dítě, které toužilo po věcech z reklam. Od počtu hraček, oblečení a kosmetiky z reklam se měřila také společenská prestiž mezi vrstevníky a jak jsem mohla pozorovat na praxi, platí to dodnes. Děti také reklamám téměř bezmezně věří a chtějí čokoládu, které je plná mléka, protože je vlastně i hrozně zdravá a mladé dívky potřebují přístroj na cvičení z reklamy, protože pak budou během chvíle štíhlé a svalnaté.

Notoricky známí je případ německých dětí, které nakreslily fialové krávy, protože skutečnou krávu nikdy neviděli a pamatují se jen reklamní Milku. Podle zveřejněných výzkumů věří reklamě **33%** šestiletých dětí, ale od devíti let toto číslo klesá a plně důvěřuje reklamě jen každé desáté dítě. Nicméně každé druhé dítě na reklamu dá a nechá se snadno ovlivnit, i když jí nemusí plně věřit.

Alarmující je, že reklama je na děti přímo cílená, reklamní průmysl se snaží vytvořit v dětském věku vazby na určité značky zboží pro dospělé, na firmy, auta, přístroje, potraviny. Na děti se tak valí spousta informací, které nejsou schopné zpracovat. Vliv média není přímý, ačkoli reklama například násilí sama nezobrazuje, může k němu inspirovat a také se potvrzuje, že televize, což je i reklama, vytváří realitu, protože reklama neodráží jen potřeby lidí, ale spíše vnucuje konzumentům své produkty a pěstuje v nich pocit potřeby takového produktu. Pokud se dítěti onoho požadovaného výrobku nedostane, nebo ví, že nemá finanční prostředky na jeho koupi, nastupuje pocit **frustrace** (zmařená touha) a ten už úzce souvisí s agresí a násilím.

Umělé vytváření poptávky potvrzují i marketingový a reklamní odborníci, kteří se přiklání k tvrzení, že reklama může uměle vyvolávat zájem o zboží a to dokonce o absurdní zboží nebo přímo škodlivé zboží jako je třeba alkohol. Reklamy tedy také patří mezi televizní obsahy, které mohou ovlivňovat jedince.

Ráda bych uvedla jeden případ, kdy reklama a násilí spolu úzce souvisely. V severní

Itálii před několika lety zabil mladík své rodiče, aby si mohl koupit luxusní výrobky, které mu rodiče zakázali. Při procesu vyšlo najevo, že zná z paměti značky dvaceti sedmi pánských parfémů a přesně věděl, který se hodí na jakou příležitost a jakou značku oblečení a vozu musí člověk mít, aby měl úspěch. Samozřejmě za vše nemůže jen reklama a televize, musíme brát v potaz všechny jiné faktory a individuální dispozice, ale inspirace televizí byla očividná (Suchý, 2007, Toscani, 1996).

5.7 Výzkumy v oblasti sledování televize

Na téma vlivu televize na děti a především vlivu násilí v televizi na ně bylo učiněno mnoho výzkumů a pokusů. Jeden z nich byl uskutečněn v 80. letech minulého století, kdy byly pouštěny dětem ve věku 5-6 a 8-9 let dva druhy přibližně třiminutových spotů buď se sportovní, nebo násilnou tematikou. Poté byly děti uvedeny do místnosti a před ně výzkumníci umístili dva knoflíky s popisem **ZRANIT** a **POMOCI** a vysvětlili jim, že ve vedlejší místnosti jiné dítě hraje hru o odměnu a v momentu, kdy se rozsvítí kontrolka **PŘIPRAVENO**, mohou stisknutím příslušného tlačítka buď dítěti pomoci, anebo jej zranit. Dětem řekli, že stisknutím tlačítka **ZRANIT** rozpálí kliku, s níž si dítě hraje, což jej bude samozřejmě bolet. Pak byly děti ponechány v místnosti o samotě a výzkumníci rozsvítili kontrolku **PŘIPRAVENO**. Ukázalo se, že děti, které viděli násilný spot, bez rozdílu pohlaví, stiskly výrazně vícekrát tlačítko **ZRANIT**. Takže o vlivu televize na děti není pochyb (Vlastník, 2005, s. 68).

Další výzkumy pracovaly s odlišnou metodou. Tyto výzkumy sledovaly dvě skupiny dětí, kdy jedna skupina dětí byla z městečka, kde byl špatný televizní signál a druhá skupina z města, kde byl televizní signál silný a nenarušený. Výzkumníci sledovali vzrůst fyzického násilí po zavedení kvalitního signálu do města, kde sídlila první skupina zkoumaných dětí. Po dvou letech sledování vyvodili zajímavé závěry. U skupiny dětí, které byly zvyklé na televizi již před výzkumem, nebyl zaznamenán výrazný vzrůst agresivity, zatímco u dětí, které před výzkumem měly téměř znemožněný přístup k televiznímu vysílání, byl zaznamenán nárůst agresivity téměř o **160%** (Suchý, 2007).

Zajímavý výzkum byl uskutečněn mezi německými klinickými psychology a psychiatry z roku 1990. Vzorek psychologů obsahoval 230 náhodně vybraných poraden a 220 psychiatrů ze všech oddělení psychiatrie pro děti a mládež. Výzkum ukázal, že obě skupiny přikládají při výzkumu velký význam otázkám na užívání médií, již při prvních konzultacích a rozhovorech. Z oslovených si **75%** psychologů a **60%** psychiatrů myslí, že jejich klienti

sledují televizi až příliš. Ke škodlivému účinku televizního násilí se přiklání **71%** psychologů a **62%** psychiatrů. Do souvislosti s působením televizního násilí dávají obě skupiny agresivní chování, poruchy spánku a přecitlivělost. Více než polovina oslovených uvedla, že děti a mladiství se snaží své agresivní chování omluvit chováním svým televizních a filmových vzorů, může jít o identifikaci s agresorem nebo o skryté převzetí role. Podle zjištění také není výjimkou, že děti samy od sebe prohlásí, že na jejich negativní chování měla vliv právě televize. Jako ohroženou skupinu označili psychologové a psychiatři děti ve věku do dvanácti let, ačkoli existují také názory, že se účinek médií nedá věkově ohraničit (Suchý, 2007).

Velmi podobný byl další výzkum, který také souvisel s psychologů a psychiatry. Dotazům na užívání televize přikládají psychologové a psychiatři velký význam při prvních rozhovorech a konzultacích. Jen 20% psychologů a 7% psychiatrů uvedlo, že při prvním rozhovoru s klientem by se nesnažilo získat informace o četnosti sledování televize. Mezi symptomy klientů často patří agresivita, špatná koncentrace a neuspokojivé výsledky ve škole, což s televizí mnohdy souvisí. 10% dotázaných psychologů konzultuje s rodiči klientů právě kvůli nadměrnému sledování televizi. Všichni se ale shodují, že televize jen většinou jen doplňkový moment daného problému. Při zjišťování konzumace televize se však projevují profesní rozdíly, zatímco psychologové se dotazují hlavně dětí, psychiatři dávají přednost dotazování rodičů. Obě skupiny odborníků se shodují na tom, že konzumace televize u jejich klientů i u dětí všeobecně je velmi vysoká (Kunczik, 1995).

Je také zajímavé, že dívky nenapodobují agresivní chování tak často jako chlapci. Stává se tak jen tehdy, pokud je jejich agresivní chování určitým způsobem posilováno. Příčinou menší nápodoby násilného chování u dívek je zřejmě i to, že v televizi vystupuje mnohem méně ženských agresivních modelů a vzorů

Jak již bylo řečeno, vystavení dětí a mládeže nevhodným a násilným televizním pořadům má nesporný vliv na zvyšování jejich agresivity a kriminálního jednání. Na druhou stranu není možné hledat v televizi jediného viníka. Dítě nežije jen pod vlivem televize, ale v určitém sociálním světě. Televize je jen jeden ze socializačních činitelů, i když významným, pokud je dítě správně vedeno, nemusí na něm napáchat nevratné „škody“, avšak na všechny děti má negativní dopad.

6 Empirická část

Součástí této práce je i praktická činnost. Je nezbytnou součástí tohoto tématu, musíme totiž neustále mapovat situaci sledování televize a získávat nová data pro výzkumy.

6.1 Úvod empirické části

V dnešní době je vztah dětí k televizi velmi žhavým tématem, neustále se řeší její negativní dopad na chlapce a dívky a lidé televizním pořadům připisují velkou roli v socializaci dětí. Rodiče často nařikají, že jejich děti sedí před televizí příliš často a sledují nevhodné pořady, nemluvě o tom, že málo čtou a přestávají si hrát venku.

Mnohdy je pro dítě mnohem větší trest zákaz sledování televize, než zákaz jít ven s kamarády. To vše je zajisté pravda, ale zajímalo nás, zda je tomu skutečně tak a zda děti opravdu sedí u televize od rána do večera, jak se říká. Pro potvrzení nebo vyvrácení těchto tvrzení je třeba získat určitá data a to přímo od dětí.

6.2 Cíle výzkumu

- zjistit, jak často děti sledují televizi
- zjistit, zda televizi sledují spíše chlapci nebo děvčata
- zjistit, jakým aktivitám dávají děti ve svém volném čase přednost
- zjistit, zda souvisí četnost sledování televize s tím, jestli je dítě jedináček nebo má sourozence

6.3 Stanovení hypotéz

Hypotéza č. 1:

Předpokládáme, že chlapci tráví před televizí významně více času, než dívky.

Hypotéza č. 2:

Předpokládáme, že děti ve svém volném dávají významně více přednost televizi před čtením a trávením času venku s kamarády.

Hypotéza č. 3:

Předpokládáme, že jedináčci sledují televizi významně více, než děti bez sourozence.

6.4 Výzkumný vzorek

Pro výzkum byla zvolena Základní škola v Břeclavi, Kupkova 1. Město Břeclav má dlouholetou historii. Základní škola, kde byl prováděn výzkum, je rozdělena na první a druhý stupeň, kdy první stupeň sídlí v budově na ulici Sovadinova a druhý stupeň je i s vedením školy na ulici Kupkova. Dříve tomu tak ovšem nebylo.

Do roku 2004 fungovala Základní škola Sovadinova samostatně a žáci zde navštěvovali jak první, tak i druhý stupeň. V roce 2004 však byly Základní škola Sovadinova a Základní škola Kupkova, v rámci optimalizace, sloučeny dohromady. Tento akt doprovázel nesouhlas ze strany žáků i ze strany pedagogického sboru, zanedlouho se však situace uklidnila a školy jsou nadále sloučeny.

Dle sdělení ředitele školy, používají k výuce žáků i televizi, ne však často, spíše zřídka, pokud je to potřebné k probírané látce a nelze ji přiblížit a zpestřit jiným způsobem. Vedení školy je však jasné, že televize je nedílnou součástí života dětí a že ne vždy děti sledují pořady jim určené, proto nebyli proti, aby byl v jejich škole realizován výzkum zabývající se sledováním televize.

Respondenty byli žáci třídy 3. B a třídy 8. B. Obě tyto třídy jsou smíšené a v každé je více chlapců. Třetí třída byla zvolena záměrně, žáci jsou sice ještě velmi mladí, ale televize už v jejich volném čase své místo má. Osmá třída byla vybrána z toho důvodu, že žáci jsou mnohem starší a záliby se mohou lišit, tak mohou být srovnávány rozdíly mezi odpověďmi respondentů. Žáků bylo celkem 39, 17 dětí chodilo do třetí třídy a 22 do osmé třídy. Dohromady z obou tříd bylo 15 dívek a 24 chlapců.

6.5 Postup při sběru dat

Dotazník byl žákům předložen v roce 2012. První byl předložen vedení školy, po jeho schválení jsem navštívila jednotlivé třídy, kde jsem dotazník rozdala a sdělila žákům pokyny.

Výzkumný dotazník byl anonymní a krátký, obsahoval čtyři uzavřené otázky. Žák vždy mohl zvolit a zakroužkovat pouze jednu odpověď. Vyplnění dotazníků proběhlo velmi rychle a výuka tak nebyla zásadním způsobem narušena. Zadání bylo vždy žákům pečlivě vysvětleno, a pokud by něčemu nerozuměli, mohli se dotazovat. Všichni žáci, ve třetí i v osmé třídě, všemu rozuměli a nenastaly žádné komplikace, při vyplňování dotazníků.

6.6 Použité metody

Pro výzkumné šetření byl vybrán dotazník se čtyřmi uzavřenými otázkami. Tato výzkumná metoda se hodí pro kvantitativní výzkumy.

Dotazník je písemné kladení otázek, na které získáme písemné odpovědi. Otázky mohou být uzavřené, otevřené nebo polozavřené.

Osoba, která dotazník vyplňuje, se nazývá respondent. Otázky v dotazníku se nazývají položky.

Dotazník se skládá ze tří částí, v první části je vysvětlen cíl výzkumu, motivace respondenta a pokyny k vyplnění, druhá část obsahuje jednotlivé položky, otázky jsou řazeny od jednodušších ke složitějším, poslední část obsahuje poděkování respondentům.

Tato metoda je nejčastěji používaná pro svůj hromadný zisk údajů, ovšem nemůžeme si být jisti pravdivostí odpovědí.

7 Výsledky výzkumného šetření

Výsledkům předcházelo stanovení hypotéz a výběr nejvhodnější metody, kterou budou zpracována získaná data. Pro zpracování dat byl vybrán studentův t-test, test dobrá schody chí-kvadrát a test nezávislosti chí-kvadrát pro kontingenční tabulku.

7.1 Obecné zásady při zpracování výzkumu

Jádro klasického výzkumu tvoří **hypotézy**, což je tvrzení, které vyjadřuje vztah mezi dvěma proměnnými a musí být možné jej empiricky ověřit. Není nutné usilovat o dokazování hypotéz, je nutné hledat fakta svědčící o jejich neplatnosti. Pokud se nepodaří ve výzkumu hypotézu vyvrátit, můžeme ji přijmout, ne však ji považovat jednou pro vždy za dokázanou.

O přijatelnosti hypotézy lze u kvantitativně orientovaných výzkumů rozhodovat pouze na základě sběru dat, jejich zpracováním a vyhodnocováním.

Hypotézy jsou nejdříve formulovány jako **hypotézy věcné**. Aby bylo možné tyto věcné hypotézy ověřovat pomocí statistických metod, převádějí se na **statistické hypotézy**. Statistickou hypotézu neověřujeme přímo, ale proti jinému tvrzení, většinou proti **nulové hypotéze**. Nulová hypotéze je předpoklad, že mezi proměnnými, které zkoumáme, není vztah. Pokud se při statistické analýze ukáže, že můžeme nulovou hypotézu odmítnout, přijmeme **hypotézu alternativní**, která vyjadřuje, že mezi proměnnými je vztah.

Pravděpodobnost, že neoprávněně odmítneme nulovou hypotézu, se nazývá **hladina významnosti**. Tuto pravděpodobnost lze volit podle závažnosti situace, ve většině pedagogických výzkumů se pracuje na hladině významnosti 0,05 (5% pravděpodobnost, že nesprávně přijmeme alternativní hypotézu) nebo 0,01 (1% pravděpodobnost, že nesprávně přijmeme alternativní hypotézu) (Chráška, 2007).

V tomto případě byla pro zpracování dat z dotazníku a pro ověření správnosti hypotéz zvolena hladina významnosti 0,05.

7.2 Studentův t-test

Nulové a alternativní hypotézy

H_0 1: Mezi délkou sledování televize u chlapců a dívek není rozdíl.

H_A 1: Mezi délkou sledování televize u chlapců a dívek je rozdíl.

Tabulky č. 1 a 2: Studentův t-test pro ověření hypotézy H_0 1 pro žáky 3. třídy

Tabulka č. 1: Chlapci

Žák číslo	Počet hodin x_{1i}	$x_{1i} - \bar{x}_1$	$(x_{1i} - \bar{x}_1)^2$
1	4	0,7	0,49
2	2	-1,3	1,69
3	0	-3,3	10,89
4	5	1,7	2,89
5	3	-0,3	0,09
6	2	-1,3	1,69
7	4	0,7	0,49
8	5	1,7	2,89
9	5	1,7	2,89
10	3	-0,3	0,09
	$\Sigma 33$		$\Sigma 24,1$

x_{1i} – odpověď dětí

\bar{x}_1 – průměr délky sledování

Tabulka č. 2: Dívky

Žák číslo	Počet hodin x_{2j}	$x_{2j} - \bar{x}_2$	$(x_{2j} - \bar{x}_2)^2$
1	2	1	1
2	1	0	0
3	2	1	1
4	0	-1	1
5	0	-1	1
6	0	-1	1
7	2	1	1
	$\Sigma 7$		$\Sigma 6$

x_{2j} – odpověď dětí

\bar{x}_2 – průměr délky sledování

$$s^2 = \frac{1}{n_1 + n_2 - 2} \left[\sum (x_{1i} - \bar{x}_1)^2 + \sum (x_{2j} - \bar{x}_2)^2 \right]$$

$$s = \sqrt{s^2}$$

$$t = \frac{\bar{x}_1 - \bar{x}_2}{s} \sqrt{\frac{n_1 \cdot n_2}{n_1 + n_2}}$$

$$f = n_1 + n_2 - 2$$

Směrodatná odchylka $s = 1,584$

Testové kritérium $t = 2,947$

Počet stupňů volnosti je $f = 15$.

Pro vypočítaný stupeň volnosti a pro zvolenou hladinu významnosti 0,05 nalezneme ve statistických tabulkách (Příloha X) kritickou hodnotu $t_{0,05}(15) = 2,131$.

Protože vypočítaná hodnota je větší než hodnota kritická, můžeme odmítnout nulovou hypotézu H_0 a přijmout hypotézu alternativní H_A 1.

To znamená, že pohlaví u žáků 3. třídy, hraje roli při četnosti sledování televize. Z tabulek také vyplývá, že televizi sledují více chlapani než dívky.

Tabulky č. 3 a 4: Studentův t-test pro ověření hypotézy H_0 1 pro žáky 8. třídy

Tabulka č. 3: Chlapci

Žák číslo	Počet hodin x_{li}	$x_{li} - \bar{x}_1$	$(x_{li} - \bar{x}_1)^2$
1	3	0,43	0,185
2	2	-0,57	0,325
3	1	-1,57	2,465
4	3	0,43	0,185
5	2	-0,57	0,325
6	3	0,43	0,185
7	2	-0,57	0,325
8	3	0,43	0,185
9	3	0,43	0,185
10	3	0,43	0,185
11	1	-1,57	2,465
12	4	1,43	2,045
13	3	0,43	0,185
14	3	0,43	0,185
	$\Sigma 36$		$\Sigma 9,43$

x_{li} – odpověď dětí

\bar{x}_1 – průměr délky sledován

Tabulka č. 4: Dívky

Žák číslo	Počet hodin x_{2j}	$x_{2j} - \bar{x}_2$	$(x_{2j} - \bar{x}_2)^2$
1	3	0,37	0,137
2	3	0,37	0,137
3	2	-0,63	0,397
4	1	-1,63	2,657
5	4	1,37	1,877
6	2	-0,63	0,397
7	4	1,37	1,877
8	2	-1,63	0,397
	$\Sigma 21$		$\Sigma 7,876$

x_{2j} – odpověď dětí

\bar{x}_2 – průměr délky sledování

$$s^2 = \frac{1}{n_1 + n_2 - 2} \left[\sum (x_{1i} - \bar{x}_1)^2 + \sum (x_{2j} - \bar{x}_2)^2 \right]$$

$$s = \sqrt{s^2}$$

$$t = \frac{\bar{x}_1 - \bar{x}_2}{s} \sqrt{\frac{n_1 \cdot n_2}{n_1 + n_2}}$$

$$f = n_1 + n_2 - 2$$

Směrodatná odchylka je $s = 0,93$

Testové kritérium vychází $t = 0,146$.

Počet stupňů volnosti je $f = 20$.

Pro vypočítaný stupeň volnosti a pro zvolenou hladinu významnosti 0,05 nalezneme ve statistických tabulkách (Příloha X) kritickou hodnotu $t_{0,05}(20) = 2,086$.

Protože vypočítaná hodnota je menší než hodnota kritická, musíme přijmout nulovou hypotézu H_0 .

To znamená, že pohlaví u žáků 8. třídy nehraje roli při četnosti sledování televize.

7.3 Test dobré shody chí-kvadrát

Nulové a alternativní hypotézy.

H_0 : Mezi tím, jaké aktivity děti upřednostňují ve volném čase, není rozdíl.

H_A : Mezi tím, jaké aktivity děti upřednostňují ve volném čase je rozdíl.

Tabulka č. 5: Test dobré shody chí-kvadrát pro ověření hypotézy H_0

Aktivita	P	O	$P - O$	$(P - O)^2$	$\frac{(P - O)}{O}$
čtení	4	13	-9	81	6,231
televize	12	13	-1	1	0,077
Být venku s kamarády	23	13	10	100	7,692
	$\Sigma 39$	$\Sigma 39$			$\Sigma 14$

P – pozorovaná četnost

O – očekávaná četnost

$$\chi^2 = \sum \frac{(P - O)^2}{O}$$

Testové kritérium pro všechna pole tabulky je $\chi^2 = 14$

Počet stupňů volnosti vychází $f = 2$

Pro vypočítaný stupeň volnosti a pro zvolenou hladinu významnosti 0,05 nalezneme ve statistických tabulkách (Příloha II) kritickou hodnotu $\chi^2_{0,05}(2) = 5,991$.

Srovnáme-li vypočítanou hodnotu testového kritéria s hodnotou kritickou, zjišťujeme, že vypočítaná hodnota je vyšší, a proto můžeme odmítnout nulovou hypotézu H_0 a přijmout alternativní hypotézu H_A .

To znamená, že mezi aktivitami dětí ve volném čase je rozdíl.

Celých 59% dětí tráví nejčastěji svůj volný čas venku s přáteli, 31% dětí nejčastěji sleduje televizi a pouze 10% dětí nejčastěji čte.

Z toho vyplývá, že nejoblíbenější činností dětí je stále pobyt a pohyb venku s jejich kamarády, a ne sledování televize.

7.4 Test nezávislosti chí-kvadrát pro kontingenční tabulku.

Nulové a alternativní hypotézy

H_0 4: Mezi tím, jak dlouho děti ve volném čase sledují televizi a tím, jestli mají nebo nemají sourozence, není vztah.

H_A 4: Mezi tím, jak dlouho děti ve volném čase sledují televizi a tím, jestli mají nebo nemají sourozence, je vztah.

Tabulka č. 6: Kontingenční tabulka pro ověření hypotézy H_0 4

Počet hodin	Jednáčci	Děti se sourozenci	Σ
0	0 (1,128)	4 (2,872)	4
1	3 (3,103)	8 (7,897)	11
2	3 (3,383)	9 (8,615)	12
3	3 (1,41)	2 (3,59)	5
4	0 (0,846)	3 (2,153)	3
5	2 (1,128)	2 (2,872)	4
	Σ 11	Σ 28	Σ 39

Číslo bez závorky (P) – pozorovaná četnost r – počet řádků

Číslo v závorce (O) – očekávaná četnost s – počet sloupců

$$\chi^2 = \sum \frac{(P - O)^2}{O}$$

$$f = (r - 1) \cdot (s - 1)$$

Testové kritérium pro všechna pole kontingenční tabulky $\chi^2 = 6,259$

Počet stupňů volnosti testového kritéria vychází $f = 5$.

Pro vypočítaný stupeň volnosti a pro zvolenou hladinu významnosti 0,05 nalezneme ve statistických tabulkách (Příloha II) kritickou hodnotu $\chi^2_{0,05}(5) = 2,571$. Srovnáme-li vypočítanou hodnotu testového kritéria s hodnotou kritickou, zjišťujeme, že vypočítaná hodnota je vyšší, a proto můžeme odmítnout nulovou hypotézu H_0 a přijmout alternativní hypotézu H_A .

Mezi odpověďmi na otázky byl prokázán vztah.

To znamená, že děti, které mají sourozence, sledují televizi déle, než děti bez sourozence.

7.5 Vyjádření k hypotézám

Hypotéza č. 1:

Předpokládáme, že chlapci tráví před televizí významně více času, než dívky.

Hypotéza se potvrdila pouze u mladších žáků, kdy chlapci opravdu znatelně více sledují televizi než dívky. U starších žáků byly výsledky vyrovnané a prokázalo se, že pohlaví nemá vliv na četnost sledovanosti televize.

Hypotéza č. 2:

Předpokládáme, že děti ve svém volném čase dávají mnohem více přednost sledování televize před čtením a trávením času venku s kamarády.

Hypotéza se nepotvrdila. Mezi výsledky dětí ale byl prokázán rozdíl. Nejčastější činností všech dětí je trávení volného času venku s přáteli (59%), sledování televize je až na druhém místě (31%) a na posledním místě skončila četba (10%).

Hypotéza č. 3:

Předpokládáme, že jedináčci sledují televizi významně více, než děti, které mají sourozence.

Hypotéza se nepotvrdila. Výzkum prokázal vztah mezi četností sledování televize a mezi tím, zda má dítě sourozence nebo ne. Televizi sledují významně více děti, které mají sourozence, než jedináčci.

7.6 Diskuse

Výsledky výzkumu jsou velmi uspokojivé. Všechny hypotézy se sice nepotvrdily, ale získané výsledky jsou opravdu zajímavé.

Hypotéza č. 1, se potvrdila jen u mladších žáků, u starších žáků byly výsledky bez významných rozdílů. Může to být způsobeno tím, že dívky v mladším věku mají hodně zájmů a navštěvují většinou více zájmových kroužků, než chlapci. Ti mají tím pádem více času bez vedení a vyplňují jej sledováním televize, které zahání nudu

Může to být způsobeno i tím, že v televizi je vysíláno velké množství akčních a kriminálních seriálů, které mnohem víc baví chlapce než dívky a také jsou v těchto pořadech mnohem častěji hlavní hrdinové muži, takže pro dívky není takový pořad přitažlivý.

U starších žáků jsou výsledky vyrovnány zřejmě z toho důvodu, že chlapci ani dívky nenavštěvují větší množství kroužků a zájmy se třídí, není jich už tolik a dívky mají více času na televizi.

Hypotéza č. 2 se nepotvrdila, přesto výsledky ukazují na značné rozdíly v četnosti volnočasových aktivit. Nejčastější aktivitou je dle výzkumu pobyt venku s přáteli. Je to potěšující výsledek, který poukazuje na to, že televize není u dětí na prvním místě a mnohem důležitější jsou sociální vazby.

Může to být způsobeno i tím, že při sledování televize jsou děti doma, kde jsou i rodiče a mají nad dětmi dohled. To jim může vadit, a proto jdou raději ven, kde se vymaní

z dohledu rodičů.

Televize je ale na druhém místě v četnosti aktivit. Také se těší značné oblibě, i když v porovnání s pobytem s přáteli je její četnost o hodně nižší. Sledování televize je velmi nenáročná a pohodlná aktivita, navíc v televizi hrají převážně zahraniční a pro děti atraktivní pořady, proto si tuto aktivitu velmi snadno a rychle oblíbí. Televize také vysílá téměř nepřetržitě celý den a děti mohou kdykoliv televizi zapnout a sledovat program. Nabídka pořadů je velmi pestrá a televizních kanálů také, takže není problém jen přepínat a vybírat. To u volnočasových aktivit s pevným řádem nejde, ty mají svá pravidla a režim. Možná i to je jeden z důvodů velké četnosti sledování televize, děti si sami určují na co se budou dívat, kdy a s kým se budou dívat a pokud je pořad přestane bavit, můžou ho vypnout a nikdo je nebude nutit se na něj dodívat.

Četba zůstala na posledním místě, dalo se to předpokládat, i když **10 %** je docela uspokojivé číslo, mohlo se stát, že si nikdo tuto činnost nevybere a ani by se nebylo čemu divit, vždyť knihy nejsou téměř vůbec propagovány a o nějaké reklamě také nemůže být ani řeč, lidé a děti tak na knihy úplně zapomínají.

Je to ovšem pochopitelné, v dnešní době jsou děti zahlceny masmédií, hračkami, počítačovými hrami a četba knih z oblíbených aktivit rychle mizí. Děti se raději podívají na film, než přečtou knihu. Čtení není ani příliš společensky populární mezi dětmi, proto s ním mnohdy raději ani nezačnou. Ve čtení také záleží na soustředění a trvá déle, než se dobereme závěru, což není pro děti zrovna atraktivní. Knihy jim připadají v porovnání s jinými médii nudné, protože jim chybí obrazový a sluchový vjem, na které jsou děti zvyklé.

Hypotéza č. 3 se nepotvrdila. Výsledek výzkumu je naprosto opačný. Ukázalo se, že děti se sourozenci více sledují televizi, než jedináčci

Zřejmě je to způsobeno tím, že pokud je dítě jedináček, rodiče na něj mají více času a tak dbají na to, aby ve volném čase pěstoval užitečné a smysluplné zájmy. Je zajímavé, že se objevila i odpověď, že televizi sledují 0 hodin. Tato odpověď se opakovala celkem u čtyř vyplněných dotazníků, dvakrát u jedináčka a dvakrát u dítěte se sourozenci. Jedináčci jsou zřejmě zahlceni volnočasovými aktivitami více.

Pokud není v rodině jen jedno dítě, ale například dvě, je to pro rodiče náročnější a už nemají na své potomky tolik času, proto mají děti větší volnost ve výběru volnočasových aktivit a mohou se i klidně dívat na televizi. Může to být i proto, že pokud mají děti staršího sourozence, který sleduje televizi, naučí se pravidelně sledovat televizi snáz a rychleji než jedináčci.

Závěr

V této práci jsme se věnovali televizi a jejímu vlivu na děti a mládež. Hlavním cílem bylo popsat problematiku televize a jejího vlivu a k tomu nám pomohla hlavně literatura a déle pak výzkum uskutečněný na základní škole.

Tématem vlivu televize se zabývá čím dál více odborníků i laické veřejnosti a všichni si začínají uvědomovat negativní dopady televizního vysílání na děti a mládež. Televize se vplížila do naší denní reality a začala si s námi pohrávat a právě děti jsou největší obětí.

Snažili jsme se touto prací vyjádřit rizika spojená se sledováním televize. Je to ale téma velmi složité a jsme si vědomi, že ne vždy se nám podařilo splnit cíle dané kapitoly, přesto jsme se vynasnažili zásadní poznatky a pojmy dostatečně vysvětlit a zmapovat.

Výzkumná fakta z empirické části práce byla trochu překvapující, ne všechny hypotézy se potvrdily a některé dokonce potvrdily pravý opak. Ze získaných dat není pochyb, že se televize těší velké oblibě u dětí a mládeže, ale je také patrné, že se děti pomalu vymaňují z jejího tlaku. Zřejmě v nejbližších letech nenastane zlom a děti nezačnou číst knihy ve velkém, což chápou, protože v dnešní naprosto technologické době je kniha cosi zastaralého.

Přesto nás může potěšit výsledek, že děti a mládež tráví nejčastěji svůj volný čas venku s přáteli a ne doma u televizního přijímače.

Zároveň je potřeba si uvědomit, že ne všechno násilí, agresi a negativní chování dětí má na svědomí televize, pokud dítě nevyrostá v podmětově chudém prostředí nebo v násilnické rodině a neohrožují jej negativní jevy, televize na něj nemá takový dopad jako na jedince, který již jistě předpoklady k agresi mít může.

Nejdůležitějším socializačním činitelem neustále zůstává rodina a televize jí její postavení snad nikdy nevezme.

Seznam použité literatury a pramenů

ATTL, Pavel. *Jak psát bakalářské, diplomové a jiné práce*. Praha: Vysoká škola hotelová v Praze 8, 2007. 68 s. ISBN 978-80-86578-61-3.

BLAŽEK, Bohuslav. *Tváří v tvář obrazovce*. 1. vyd. Praha: Slon, 1995. 199 s. ISBN 80-85850-11-7.

GLOGAR, Alois, *Metodický manuál pro vypracování bakalářské a diplomové práce*. Zlín: Univerzita Tomáše Bati, 2004. 106 s. ISBN 80-7318-168-1.

HOLUŠOVÁ, Drahomíra. KROBOTOVÁ, Milena. *Diplomové a závěrečné práce*. 2. vyd. Olomouc, 2008. 117 s. ISBN 80-244-1237-3.

CHRÁSKA, Miroslav. *Metody pedagogického výzkumu*. 1. vyd. Praha: Grada, 2007. 272 s. ISBN 978-80-247-1369-4.

JÍRÁK, Jan. KOPPLOVÁ, Drahomíra. *Média a společnost*. 2. vyd. Praha: Portál, 2007. 207 s. ISBN 978-80-7367-287-4.

KUNCZIK, Michael. *Základy masové komunikace*. 1. vyd. Praha: Karolinum, 1995. 307 s. ISBN 80-7184-134-X.

MACEK, Petr. *Adolescence*. 2. vyd. Praha: Portál, 2003. 144 s. ISBN 80-7178-747-7.

MCLUHAN, Marshall. *Člověk, média a elektronická kultura*. 1. vyd. Brno: Jota, 2000. 424 s. ISBN 80-7217-128-3.

NAKONEČNÝ, Milan. *Sociální psychologie*. 1. vyd. Praha: Academia, 1999. 287 s. ISBN 80-200-0690-7.

NAKONEČNÝ, Milan. *Psychologie osobnosti*. 1. vyd. Praha: Academia, 1995. 336 s. ISBN 80-200-0525-0.

PIAGET, Jean. INHELDEROVÁ, Barbel. *Psychologie dítěte*. 3. vyd. Praha: Portál, 1997. 143 s. ISBN 80-7178-407-9.

POSTMAN, Neil. *Ubavit se k smrti*. 1. vyd. Praha: Mladá fronta, 1999. 192 s. ISBN 80-204-0747-2.

ŘÍČAN, Pavel. PITHARTOVÁ, Drahomíra. *Krotíme obrazovku: Jak vést děti k rozumnému užívání televize*. 1. vyd. Praha: Portál, 1995. 62 s. ISBN 80-7178-084-7.

SUCHÝ, Adam. *Mediální zlo – mýty a realita*. 1. vyd. Praha: Triton, 2007. 168 s. ISBN 978-80-7254-926-9.

TOSCANI, Oliviero. *Reklama je navoněná zdechlina*. Praha: Slovart, 1996. 173 s. ISBN 80-85871-82-3.

VLASTNÍK, Jiří. *Televizní násilí a zákon: Vliv televizního násilí na kriminalitu dětí a mládeže a jeho zákonná úprava*. Olomouc: Votobia, 2005. 249 s. ISBN 80-7220-245-6.

ŽANTOVSKÝ, Petr. *Média na pranýři*. Olomouc: Votobia, 2004. 294 s. ISBN 80-7720-207-3.

KRÁTKÁ, Jana. Práce s audiovizuální kulturou ve volném čase dětí a mládeže. In *Filosofie nových médií*. Plzeň: Západočeská univerzita v Plzni. Fakulta filozofická. Katedra filozofie, 2007. Didaktika nových médií a česká škola. s. 24. ISBN 978-80-7043-700-1.

Informace o ZŠ Kupkova, 1. Dostupné na World Wide Web: <http://www.kupkova.cz/>
[citováno 2012-11-6]

Přílohy

Příloha č. 1 – Dotazník empirického šetření

Příloha č. 1

Dotazník

Předkládám Vám dotazník, který mi slouží ke zpracování bakalářské práce. Dotazník je anonymní a informace nebudou zneužity. Žádám Vás o pravdivé vyplnění a zaškrtnutí vždy jen jedné možnosti.

Třída:.....

Pohlaví: chlapec x dívka

Máš sourozence?

- a) Ano, mám sourozence
- b) Ne, nemám sourozence

Kolik volného času trávíš denně sledováním televize?

- a) 0 hodin
- b) 1 hodinu
- c) 2 hodiny
- d) 3 hodiny
- e) 4 hodiny
- f) 5 hodin

Co nejčastěji děláš ve svém volném čase?

- a) Čtu knihu
- b) Dívám se na televizi
- c) Jsem venku s kamarády

Děkuji za Váš čas a vyplnění otázek.

Anotace

Jméno a příjmení:	Lucie Hirtová
Katedra:	Katedra psychologie a patopsychologie
Vedoucí práce:	Mgr. Michaela Pugnerová, Ph.D.
Rok obhajoby:	2012

Název práce:	Televize a její vliv na děti a mládež
Název v angličtině:	The influence of television on children and youth
Anotace práce:	Bakalářská práce je zaměřena na děti a televize, především na její vliv na dětské publikum. Popisuje důležité pojmy, týkající se tohoto tématu. Dále tato práce seznamuje s televizní realitou a škodlivým vlivem televize na děti. V empirické části bylo realizováno výzkumné šetření dotazníkem. Zjišťoval se vztah mezi pohlavím a četností sledování televize, vztah mezi sledováním televize a tím, zda je dítě jedináček nebo má sourozence a zda jsou rozdíly mezi četností volnočasových aktivit.
Klíčová slova:	Dítě, média, masmédia, televize, socializace, agrese, násilí, reklama, vliv
Anotace v angličtině:	This bachelor Works focused on children and television, especially its impal on children's audience. It describes the important concepts regarding this topic. Furthermore, this work introduces a television reality and harmful effects of television on children. In the empirical part I realized my research queationnaire. Investigated the relationship between gender and frequency of television viewing, the relationship between watching television and whether the child is an only child or a sibling, and whether there are differences between the frequency of leisure activities.
Klíčová slova v angličtině:	Children, media, mass media, television, socialization, aggression, violence, advertising, influence

Přílohy vázané v práci:	Dotazník – empirického šetření
Rozsah práce:	47
Jazyk práce:	CZ