

Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích
Zdravotně sociální fakulta

Vliv reklamy na stravování dětí

Bakalářská práce

Autor:
Michaela Čerstvá

Vedoucí práce:
Mgr. Leona Meindlová

2007

Prohlašuji, že jsem bakalářskou práci na téma „Vliv reklamy na stravování dětí“ vypracovala samostatně a použila jen pramenů, které cituji a uvádím v přiložené bibliografii.

V Českých Budějovicích 15.05.2007

.....

Děkuji Mgr. Leoně Meindlové za odborné vedení mé práce, za její vstřícnost a čas, který mi věnovala. Dále pak děkuji respondentům za jejich ochotnou spolupráci při dotazníkové akci a všem, bez jejichž pomoci by tato práce nevznikla.

Abstract

Influence of commercials advertisement on eating habits of children

The bachelor work summarizes basic information on healthy nourishment and the influence of the advertisement on teenage children's feeding.

Theoretical part is concentrated on basic information on rational nutrition, advertising and its impact on school children. Rational nutrition is characterized with proportional food intake, which is composed ideally from the point of view of quantity and quality. Regular and various food represents optimum not only for school children. It is possible to avoid many health troubles by following conventions of healthy nourishment during your life.

The advertisement assaults children all around. Regarding food, children attach to the advertisement and an opinion of their peers. Yet the advertisement mostly promotes unhealthy fat foodstuff. According to investigations, children are different from adults in the fact that they don't refuse the advertisement, they even like to watch it, they also better remember it and enjoy it. Kids make a difference between reality and fiction already from the age of four or five, from the age of seven they understand very well what the advertisement means and that its purpose is promoting a product or some brand name.

In a practical part there are presented results of the investigation aimed at the problems mentioned above. The investigative part realized by questionnaires is devoted to the type of feeding of school children and to the impact of the advertisement on them. The investigation confirms that the influence of the advertisement on children's choice of food is very high. Most of school children prefer products known from the advertisements. I have managed to approve that school children shop according to the advertisements which they like to watch and that they prefer boarding in KFC or McDonald's. Comparing answers from the questionnaires, it is obvious that most school children prefer boarding at home to other kinds of boarding. My investigation also

shows that children consume minimum fruit and vegetable, on the other hand they consume plenty of sweets.

Total results evidence that the impact of the advertisement on feeling of children is huge and lead up to a cogitation about adjustment of the advertisements promoting unhealthy and fat food.

Abstrakt

Vliv reklamy na stravování dětí

Bakalářská práce shrnuje základní informace o zdravé výživě a vlivu reklamy na stravování starších školních dětí.

Teoretická část je zaměřena na základní informace o racionální výživě, reklamě a jejím vlivu na školáky. Racionální výživu charakterizuje vhodný a přiměřený příjem potravy, ideálně rozložený kvantitativně i kvalitativně. Pravidelná a pestrá strava představuje optimum nejen pro školáky. Dodržováním zásad zdravé výživy po celý život se lze snadno vyhnout nejrůznějším zdravotním komplikacím.

Reklama na děti útočí ze všech stran. Děti dají při výběru potravin na reklamu a názor vrstevníků. V reklamách jsou však většinou propagovány nezdravé a tučné potraviny. Podle výzkumů se děti od dospělých liší v tom, že reklamu neodmítají, rády se na ni dívají, lépe si ji pamatují a baví se při ní. Děti umí již od čtyř pěti let velmi dobře rozlišovat mezi realitou a fikcí, od sedmi let velmi dobře chápou, co je to reklama a že jejím cílem je propagovat výrobky či značky.

V praktické části jsou pak prezentovány výsledky výzkumu zaměřeného na výše zmíněnou problematiku. Výzkumná část práce, realizovaná formou dotazníků, se věnuje způsobu stravování školáků a vlivu reklamy na něj. Výzkum dokládá, že vliv reklamy na školáky při výběru potravin je velmi vysoký. Většina školáků upřednostňuje výrobky známé z reklam. Podařilo se mi prokázat, že školáci, kteří rádi sledují reklamy, podle nich nakupují a preferují stravování v KFC nebo McDonald's. Z porovnání odpovědí v dotazníku také vyplynulo, že většina školáků upřednostňuje stravování doma před jinými typy stravování. Dále z mého výzkumu vyplynulo, že školáci konzumují minimum ovoce a zeleniny, ale sladkostí konzumují nadbytek.

Celkové výsledky dokazují, že vliv reklamy na stravování dětí je velký a vedou k úvaze, zda by nemělo dojít k regulaci reklam na nezdravá a tučná jídla.

Obsah

ÚVOD	9
1. SOUČASNÝ STAV	10
1.1. Reklama	10
1.1.1. <i>Formy reklamy</i>	11
1.1.2. <i>Reklamní média</i>	12
1.1.3. <i>Reklama a právo</i>	13
1.1.4. <i>Děti a reklama</i>	13
1.2. Stravování a životospráva	15
1.2.1. <i>Racionální výživa</i>	15
1.2.2. <i>Složení potravy</i>	15
1.3. Základní složky výživy	15
1.3.1. <i>Sacharidy</i>	16
1.3.2. <i>Tuky</i>	16
1.3.3. <i>Bílkoviny</i>	16
1.3.4. <i>Vitamíny</i>	17
1.3.5. <i>Minerální látky</i>	20
1.4. Skladba potravin	20
1.4.1. <i>Výživová pyramida</i>	20
1.4.2. <i>Pitný režim a druhy nápojů</i>	22
1.4.2.1. <i>Výběr nápojů</i>	22
1.5. Pravidelný stravovací režim	23
1.6. Výživa ve věkových kategoriích	24
1.7. Poruchy příjmu potravy a potravního chování	26
2. CÍL PRÁCE A HYPOTÉZA	27
2.1. Cíl práce	27
2.2. Předpokládaná hypotéza	27

3. METODIKA	28
3.1. Kvantitativní výzkum	28
3.2. Charakteristika zkoumaného souboru	28
4. VÝSLEDKY	29
4.1. Pohlaví	29
4.2. Hodnocení a porovnání odpovědí ve čtyřech kategoriích	30
4.3. Celkové hodnocení odpovědí	56
5. DISKUSE	60
6. ZÁVĚR	62
7. SEZNAM POUŽITÝCH ZDROJŮ	63
8. KLÍČOVÁ SLOVA	65
9. PŘÍLOHY	66

Úvod

V současné době na nás reklama útočí ze všech stran. Vliv reklamy na dětskou a dospívající populaci je dlouhodobě předmětem soustředěného zájmu odborné i laické veřejnosti. I mě tato otázka zajímá, proto jsem se, po delší úvaze a prostudování dostupné literatury, rozhodla zaměřit svoji práci na oblast výživy a vliv reklamy při výběru potravin u starších školních dětí.

Děti se stravují nejen nepravidelně, ale vybírají si příliš mnoho sladkostí, pijí kolové limonády s nežádoucím obsahem cukru a kofeinu stravují se v rychlých občerstveních převážně potravinami obsahujícími množství uzenin, soli a přepálených tuků. To vše přispívá k nadbytečným kilogramům, které mají za následek mnoho nebezpečných nemocí. Může za výběr nezdravých a tučných potravin reklama? Jak moc reklama ovlivní školáka při výběru potravin?

Podle nových poznatků výživa ovlivňuje zdravotní stav člověka až z 80%. Zdravá výživa je nedílnou součástí zdravého životního stylu nejen dětí ale i dospělých. Pro děti však pestrý a vyvážený jídelníček představuje daleko víc – správné stravovací návyky získané v dětství přispívají ke zdraví nejen v tomto období života, ale také v dospívání a především v dospělosti. Dodržováním zásad zdravé stravy po celý život se lze snadno vyhnout nejrůznějším zdravotním komplikacím.

Pokusila jsem se o základní sondáž stravování a vlivu reklamy u starších školních dětí. Podotýkám, že tato práce je pouze dílčí orientací v této široké problematice a z tohoto hlediska je nutné ji posuzovat.

1. Současný stav

1.1. Reklama

Ottův slovník naučný definuje reklamu: „Reklama je veřejné vychvalování předmětů obchodních, uměleckých a podobně, jež se děje prospekty, plakáty, obchodními štíty, vyvolávací, nosiči návěští atd., zvláště pak časopisy“.

Reklama patří k nejstarším a nejrozšířenějším nástrojům ovlivňujících nákupní rozhodování. Některé prvky reklamy existovaly už před vznikem směnného procesu. Nejstarší formy reklamy byly ústní (vyvolávání na trhu). Další formou byly různé vývěsní tabule, které seznamovaly zákazníky s druhem podnikání majitele. Jsou dochovány rytiny na egyptských stavebch oznamující prodej chleba apod. Ve starém Římě ohlašovaly plakáty na nárožích nové zákony státní správy, hry a představení v arénách.

Kardinální zlom ve vývoji reklamy přinesl vynález knihtisku 1450. Tisk rozšířil výrazové prostředky reklamy. Začaly se objevovat plakáty, inzeráty.

Začátkem 19. století se reklama začíná oddělovat od obchodu. Vznikají první reklamní agentury (v roce 1800 v Anglii, v USA 1840, v ČSR 1927). Reklamě se začínají věnovat specialisté. První plakáty, připomínající dnešní techniku barevné litografie se začaly používat v Paříži v roce 1866.

V České republice je mezníkem vývoje reklamy rok 1927, kdy byl založený Reklamní klub se sídlem v Praze. Vydával i vlastní odbornou literaturu. Vývoj reklamy po roce 1945 byl poznamenán neexistencí tržního prostředí, toto období je pro reklamu označováno jako doba temna reklamy. Reklama se přeměnila na propagaci s omezenými funkcemi. (10)

1.1.1. Formy reklamy

Druhy reklamy podle funkce, kterou reklama plní:

- informační reklama – zejména při zavádění výrobků na trh, také ale při zásadních změnách (např. otevření nové prodejny)
- přesvědčovací reklama – ve fázi růstu, kdy chceme přesvědčit zákazníka o výhodnosti našich výrobků oproti konkurenčním
- připomínací reklama – dostatečně zavedený a známý výrobek je připomínán a udržován v podvědomí spotřebitele (Coca-cola). Reklama může působit i na posilování přesvědčení spotřebitele, že jeho rozhodnutí o koupi bylo správné.
- srovnávací reklama – je založena na porovnávání produktu jedné firmy s produkty firmy konkurenční. Do roku 2000 byla v české reklamní praxi zákonem zakázána. (10)

Druhy reklamy podle předmětu reklamy:

- všeobecná reklama – je to reklama zaměřená na zvýšení poptávky po určitém druhu zboží bez ohledu na značku, provádí ji i instituce, cílem reklamy nemusí být jen zvyšování zisku, ale i mimoekonomické cíle (např. zdravotní návyky, životní prostředí)
- značková reklama – zaměřuje se na odlišení určité značky
- institucionální reklama – vytváří vztah k firmě, ne k určitému výrobku, protože mnoho firem vyrábí různé druhy výrobků (Allianz, Česká televize, ČEZ). (10)

Z výzkumů vyplynulo, že veřejnost vyžaduje reklamu pravdivou, důvěryhodnou, informativní, vtipnou srozumitelnou. Stručně řečeno, pravdivé informace, u kterých nevadí vtipná nadsázka, podané srozumitelnou a zajímavou formou. (21)

1.1.2. Reklamní média

Jedním z nejdůležitějších rozhodnutí tvorby reklamní strategie je rozhodnutí o výběru média, které bude použito pro přenos reklamního sdělení. Reklamní prostředky dělíme do dvou skupin:

- Masová média
 - a) *vysílací* (transmisivní) - rozhlas a televize
 - b) *tisková* média - noviny, časopisy, venkovní tištěná reklama
- Specifická média (venkovní reklama, reklamní předměty, výkladní skříně apod.). (3)

V literatuře se setkáme se členěním podle kritéria působení na emoce člověka:

- Horká média - intenzivně působící na emoce. Přijetí informace je závislé na expozici, spolupůsobí obraz, hudba, mluvené slovo.
- Chladná média - rytmus přijetí informace si volí člověk sám, vnímání je nezávislé na expozici, omezeně působí na emoce člověka. (16)

S rozvojem elektronických médií se používá i rozdělení na:

- Elektronická média (TV, rozhlas, internet, teletex)
- Klasická média (časopisy, noviny, obaly, venkovní reklama) (viz. Příloha 1)

Zvláštní kategorii tvoří prostředky tzv. Direct Mailu. Užívající poštovních služeb nebo distribuce reklamních letáků do poštovních schránek firmami přímého marketingu. (10)

1.1.3. Reklama a právo

Nejdůležitějšími právními předpisy jsou: Zákon č.138/2002 Sb., kterým se mění zákon č.40/1995 Sb. o regulaci reklamy, Zákon č.468/1991 Sb. o provozování rozhlasového a televizního vysílání, Zákon č.634/1992 Sb. o ochraně spotřebitele.

Základním institucionálním subjektem samoregulace reklamy v České republice je Rada pro reklamu. Zásady etické reklamní praxe jsou vydané formou Etického kodexu reklamy v roce 1994. V dalších letech 1995 a 1997 následovaly novely Kodexu.

Při interpretaci zákona o regulaci reklamy se vychází z Listiny základních práv a svobod jako součásti ústavního pořádku ČR. (10)

Reklama nesmí, pokud jde o osoby mladších 18 let:

1. podporovat chování ohrožující jejich zdraví, psychický nebo morální vývoj,
2. doporučovat ke koupi výrobky nebo služby s využitím jejich nezkušenosti nebo důvěřivosti,
3. nabádat, aby přemlouvaly své rodiče nebo zákonné zástupce nebo jiné osoby ke koupi výrobků nebo služeb,
4. využívat jejich zvláštní důvěry vůči jejich rodičům nebo zákonným zástupcům nebo jiným osobám,
5. nevhodným způsobem je ukazovat v nebezpečných situacích. (13)

1.1.4. Děti a reklama

Vliv reklamy na děti a dospívající je dlouhodobě předmětem soustředěného zájmu odborné i laické veřejnosti. První významnější výzkum na toto téma pochází ze sedmdesátých let (Biblow 1973 a Choate 1975) a soustředí se na to, jak děti reklamy sledují a jak si je pamatují. Výzkumy věnující se schopnosti dětí zapamatovat si reklamní sdělení se vesměs shodují v tom, že již od čtyř let jsou si děti schopny na základě snímků z reklamy asociovat příslušnou komoditu, kterou reklamní sdělení

nabízí, a rozlišit mezi různými reklamami na srovnatelné komodity, zvláště pokud jde o reklamy na potraviny. Teprve mezi pátým a sedmým rokem děti přestávají reklamě věřit a začínají ji konfrontovat se skutečností. Starší děti rozlišují mezi funkcí reklamy a ostatních programů vcelku snadno a umí smysl jednotlivých typů sdělení popsat s vysokou dávkou spolehlivosti. Schopnost dítěte rozlišit reklamu od jiných programů tedy roste s věkem. Kolem čtvrtého pátého roku života dokáže dítě rozpoznat základní rozdíl mezi reklamou a jiným pořadem. Až do devátého roku života však dítěti dělá potíže rozeznat a popsat výrazové prostředky reklamy - svérázná pojmenování, humor, fantazijní prvky. (24)

Dívky věnují reklamám větší pozornost než chlapci (tento rozdíl mezi pohlavími přetrvává až do dospělosti).

Zcela oprávněnou a nadobyčej citlivou otázkou je to, zda reklama nějak obecně ovlivňuje chování dětí, zvláště jejich dlouhodobou spotřebitelskou orientaci jako součást životního stylu. (22)

1.2. Stravování a životospráva

1.2.1. Racionální výživa

Racionální výživou rozumíme výživu, která odpovídá po stránce kvality i po stránce kvantity potřebám organismu. (20)

1.2.2. Složení potravy

Všechny životní projevy jsou spojeny s přeměnou energie. energii je třeba dodávat, nebo se uplatňuje v průběhu látkové výměny. Získaná energie je využita k udržení látkové výměny a je spotřebována při svalové činnosti. Příjem energie potravou a její výdej musí být v rovnováze. Energetickou hodnotu živin vyjadřuje množství tepla, které se uvolní při jejich spálení. Toto množství vyjadřujeme v kilojoulech (kJ) nebo v kilokaloriích (kcal), představuje tzv. energetickou (kalorickou) hodnotu základních živin nebo smíšené potravy. Spálením jednoho gramu živin se uvolní: 1g sacharidů – 17,1 kJ (4,1 kcal); 1g bílkovin – 23,1 kJ (5,6 kcal); 1g tuků – 38,9 kJ (9,3 kcal). (5)

Denní potřeba energie

Věk dítěte	kcal/kg tělesné hmotnosti
do 1 roku	60 – 100 kcal
2. rok	70 – 90 kcal
3. – 5. rok	60 – 70 kcal
6. – 10. rok	50 – 60 kcal
10. – 14. rok	50 kcal

1.3. Základní složky výživy

Základními složkami výživy jsou: sacharidy - 50%, tuky – 35%, bílkoviny – 15% denního energetického příjmu. (20)

1.3.1. Sacharidy (uhlovodany)

Jsou nejlépe využitelným zdrojem energie zvláště pro svalovou činnost dítěte. Většina vstřebaných sacharidů se v játrech mění na zásobní polysacharid glykogen, který se v případě potřeby opět rozštěpí na jednoduchý sacharid glukózu. S věkem dítěte se mění potřeba příjmu sacharidů. (5)

1.3.2. Tuky

Tuky představují hlavní energetickou rezervu organismu. Jsou také jeho tepelnou a mechanickou ochranou. Tuky se v organismu mohou vytvářet z tuků, které běžně přijímáme v potravě, ze sacharidů, ale i z některých aminokyselin. (19)

Je důležité nahradit ve stravě živočišné tuky rostlinnými. Živočišné tuky obsahují velké množství nasycených mastných kyselin a cholesterolu. Esenciální mastné kyseliny jsou obsaženy v mořských rybách, ořechách, semenech a rostlinných olejích. (9)

1.3.3. Bílkoviny

Podle Dylevského jsou bílkoviny základem dětské výživy. Bílkoviny jsou stavební hmotou pro tkáň. (5)

Organismus musí přijímat tolik bílkovin, aby udržel dusíkovou rovnováhu, aby neztrácel bez náhrady vlastní bílkoviny tvořící svalovou hmotu. (5)

Rostlinné bílkoviny jsou méně hodnotné než živočišné bílkoviny, protože neobsahují všechny esenciální aminokyseliny nebo jsou v nesprávném poměru. Mezi biologicky plnohodnotné bílkoviny patří všechny živočišné zdroje bílkovin – maso, mléko a mléčné výrobky, vejce. Rostlinné zdroje je třeba kombinovat. Využití bílkovin není závislé pouze na složení stravy, ale i na vzájemném poměru bílkovin, tuků a cukrů, na časovém sledu, ve kterém jsou podány, na ročním období (v létě klesá potřeba bílkovin) a na řadě dalších faktorů. Nadměrný přívod bílkovin nemůže být organismem využit. (17) Bílkoviny nelze ukládat do zásoby, pouze z některých aminokyselin se může vytvořit glukóza a pravděpodobně i menší množství mastných kyselin. (5)

1.3.4. Vitamíny

Vitamíny jsou důležitou součástí výživy. Jsou to látky, které si tělo neumí samo vytvořit a přitom je nezbytně potřebuje. Zejména organismus dítěte je na nedostatek vitamínů citlivý. Vitamíny jsou mimo jiné důležité i pro správný rozvoj a funkci obranyschopnosti (imunity). Některé vitamíny jsou rozpustné v tucích (vitamíny A,D,E,K), jiné ve vodě (vitamíny skupiny B, vitamín C). Pestrá smíšená strava je pro dospělého i pro dítě dostatečným přírodním zdrojem základního množství všech vitamínů. (9)

1. Vitamíny rozpustné v tucích

Vitamíny rozpustné v tucích je tělo schopné získat ze zažívacího ústrojí pouze tehdy, jsou-li zároveň v potravě obsaženy tuky a organismus je schopen je vstřebat. Vitamíny rozpustné v tucích jsou skladovány v poměrně značném množství v játrech, čímž je umožněno oddálení vzniku projevů jejich nedostatků. Jejich vyloučení z těla v případě nadměrného přívodu je však obtížnější, protože se nevyklučují do moči, a proto může snáze dojít k onemocnění způsobených jejich nadbytkem. (20)

Vitamín A (axeroftol) je obsažen ve veškeré barevné (hlavně žluté a zelené) zelenině a plodech. V rostlinné potravě je obsažen ve formě, z nichž účinný vitamín A teprve vzniká. Ve funkčním stavu je v potravinách živočišného původu obzvlášť v tucích, v játrech, ve vejcích a v oleji. Vitamín A je nezbytný při tvorbě barviv v sítnici oka. Nedostatek vitamínu A vyvolává poruchy vidění za šera, nadměrné rohovatění kůže a poruchy vazivových struktur. (5)

Vitamín D má význam pro správný růst a vývoj kostí. Chybí-li v dětství vitamín D (obvykle z nedostatku UV záření), vzniká porucha mineralizace kostí (rachitis). Hlavně proto, že hlavním úkolem vitamínu D je zvyšování resorpce vápníku a fosforu ve střevní sliznici. V dospělosti se kosti a zuby při nedostatku vitamínu D odvápnují, kosti jsou náchylnější ke zlomeninám a zuby ke vzniku zubního kazu. Je nebezpečný i nadměrný přívod vitamínu D, vápník se pak nadměrně vstřebává a ukládá ve stěnách cév a orgánů (zvláště ve stěně srdce a mozku). (5)

Vitamín E (tokoferol) je dostatečně zastoupen v živočišných tucích, rostlinných olejích a v obilných zrnech. V průměrné stravě je zajištěno vyhovující množství vitamínu E. Ve fyziologii vitamínu E je řada nejasností. Nedostatek vitamínu E se projevuje především poškozením jaterních buněk a malou odolností červených krvinek, které se snáze rozpadají. (5)

Vitamín K (antihemorhagický) je přítomen v zelenině, zejména v kvěťáku, dále v obilovinách a v hrachu. Malé množství je i v mléce. Nedostatek vitamínu K, v důsledku nevhodného složení potravin, prakticky neexistuje. Dostatečné množství vitamínu K se totiž tvoří činností bakterií v tlustém střevě. K nedostatku proto dochází až při poruchách střevní funkce. Vitamín K řídí tvorbu látek nutných pro srážení krve. Nedostatek vede k prodloužení doby nutné k zástavě krvácení nebo také k těžkému krvácení při minimálním poranění. (5)

2. Vitamíny rozpustné ve vodě

Vitamíny rozpustné ve vodě není schopen organismus skladovat ve větším množství, proto se jejich nedostatek může projevit poměrně brzy. Jejich rozpustnost ve vodě umožňuje jejich rychlejší vyloučení močí, a proto jsou onemocnění způsobená jejich nadměrných přísunem poměrně vzácná. Zvýšená opatrnost je nutná pouze u vitamínu C. (20)

Vitamín B1 (thiamin) je obsažen ve veškeré živočišné a rostlinné potravě. Zvláště bohatým zdrojem jsou obiloviny, srdce, játra, ledviny a libové vepřové maso. Vitamín B1 zasahuje do látkové výměny cukrů v centrálním nervovém systému. Hypovitaminóza vzniká při jednostranné výživě nebo při nevhodném vaření. Hypovitaminóza vede ke zvýšené únavnosti a k zánětům svalů a nervů. (5)

Vitamín B2 (riboflavin) je obsažen v mléce, zelenině, játrech, srdci a ledvinách. Zasahuje do buněčného dýchání. Při nedostatku má netypické projevy: zarudlý (malinový) jazyk, bolavé ústní koutky a poruchy ústní sliznice.

Vitamín B6 (pyridoxin) je v mléce, kvasnicích a mase. Podporuje látkovou výměnu bílkovin a funkce vitamínů B1 a B2. Nedostatek vitamínu B6 vyvolává zpomalené hojení zánětů, obzvláště hojení sliznic. (5)

Vitamín B12 (kobalamin) je především v živočišné potravě, zvláště v ledvinách, játrech a v mléce. Úplná absence vitamínu ve stravě je výjimečná, prakticky se vyskytuje pouze u přísných vegetariánů. Vitamín B12 je nezbytný pro udržení normální krevtvorby. K jeho uplatnění v organismu nestačí jen dostatečný přísun vitamínu potravou, ale i dostatečná resorpce v ileu a přítomnost tzv. vnitřního faktoru – bílkoviny, která vzniká ve sliznici žaludku. Teprve spojením vnitřního faktoru a vitamínu B12 z potravy vzniká účinný komplex. Nedostatkem vitamínu B12 vzniká anemie. (5)

Vitamín PP (kyselina nikotinová) se vyskytuje nejvíce v kvasnicích, v libovém mase, v játrech, v mléce a v listové zelenině. Vitamín PP je součástí enzymů, které se podílejí na přenosu elektronů v chemických reakcích (na buněčných oxidacích). Nedostatečný přísun kyseliny nikotinové vede k zánětům nervů, k duševním poruchám, zánětům sliznice a k velmi těžkým průjmům. (5)

Vitamín H (biotin) je obsažen v běžné stravě a jeho nedostatek se vyskytuje pouze u nemocných s přísnou dietou. Při nedostatku biotinu dochází ke zpomalení růstu u dětí, objevují se záněty kůže a sliznic, únava a bolesti ve svalech. (5)

Kyselina listová má v organismu význam především pro tvorbu buněk a společně s vitamínem B12 je nepostradatelná pro tvorbu červených krvinek. Denní potřeba je poměrně malá (0,1 mg). Nejbohatšími zdroji jsou vnitřnosti, především játra, listová zelenina, sójové boby, kvasnice, brokolice. (20)

Kyselina pantotenová je obsažena ve všech potravinách. Pro organismus má velký význam. Účastní se látkové přeměny tuků, cukrů a různých aminokyselin, tvorby mastných kyselin, cholesterolu, látek potřebných k tvorbě krevního barviva hemoglobinu atd. Dále se účastní pochodů odstraňujících škodlivé látky a některé léky z organismu, zvyšuje odolnost sliznic proti infekci atd. Běžná vyvážená strava zajišťuje dostatečné zásobování organismu kyselinou pantotenovou, s jejím nedostatkem se proto za normálních okolností nesetkáváme. (20)

Vitamín C (kyselina askorbová) je potřebný pro tvorbu a správnou funkci pojivové tkáně, kostí a chrupavek, především pak jejich složky kolagenu. Požadavky organismu na přívod vitamínu C jsou poměrně vysoké, zásoby jsou však minimální.

Vitamín C se ničí použitím kovů při přípravě pokrmů a vařením. Vitamín C přispívá k rychlejšímu hojení ran, posiluje odolnost organismu proti infekcím, podporuje pochody látkové přeměny atd. (20) Zdrojem vitamínu C je především čerstvé ovoce a zelenina. Nedostatek vitamínu se projevuje snížením odolnosti proti infekcím, krvácivostí, nechutenstvím, únavou, vypadáním zubů a v krajních případech vzniká smrtelné onemocnění – kurděje. (5)

1.3.5. Minerální a stopové prvky

Minerály představují další nezbytně nutnou složku naší potravy. V příloze 2 udávám přehled nejdůležitějších minerálů, jejich význam, zdroj a projevy při nadbytku či nedostatku. (20)

1.4. Skladba potravin

1.4.1. Výživová pyramida

Vyvážená strava se dá dobře vyjádřit modelem výživové pyramidy, jejíž nejširší základnu tvoří potraviny, které se mají denně objevit na talíři. Nad nimi se v pyramidě vyskytují maso a masové produkty – nemusí být v jídelníčku denně. Na vrcholu pyramidy jsou tuky a sladkosti, které by se měly vyskytovat v jídelníčku dítěte jen občas (viz. Příloha 3). (8)

Základnu pyramidy tedy tvoří zelenina a ovoce, které by se ve zdravém jídelníčku měly objevovat nejčastěji. Každý druh zeleniny nebo ovoce je cenným zdrojem vlákniny, vitaminů a minerálních látek. Výběr ovoce a zeleniny v jídelníčku by tedy měl být co nejpestřejší. Zelenina je vhodnější, protože má podstatně méně využitelné energie a také méně jednoduchých sacharidů.

Další skupinou potravin, které by se měly ve zdravém jídelníčku objevovat často, je pečivo, v případě starších dětí a dospělých celozrnné. Patří sem také některé

potraviny z druhého poschodí, ale protože je za den obvykle nejíme více než jednou, nejsou umístěny v dolním poschodí. Jedná se o obiloviny, müsli výrobky, těstoviny a rýži. Všechny tyto potraviny jsou zdrojem snadno získatelné energie, ale také vlákniny, minerálních látek a vitaminů, především skupiny B.

Mléko a mléčné výrobky jsou velmi důležitou složkou stravy rostoucího dítěte, v pyramidě jsou umístěny ve druhém a třetím poschodí. Pro dětský organismus jsou nepostradatelným zdrojem vápníku a fosforu, důležitých pro správný vývoj a růst kostí a zubů. Zakysané mléčné výrobky jsou také cenným zdrojem probiotických bakterií, které podporují správnou střevní flóru.

Mezi mléčnými výrobky se také objevují rostlinné oleje a tuky. Ty jsou vhodné jak pro zdravou výživu dospělých, tak dětí. Nejenže neobsahují cholesterol, ale navíc jsou zdrojem tzv. esenciálních nenasycených mastných kyselin, které u dětí podporují správný tělesný růst, duševní vývoj a podporují proces zapamatování. Známý je také příznivý vliv nenasycených mastných kyselin na zdraví srdečně-cévní soustavy.

Předposlední poschodí patří masu a masným výrobkům. Za nejvhodnější se považují ryby. Najdeme je o jedno patro níže a na levé straně pyramidy. Do zdravého jídelníčku dětí i dospělých patří asi 2x týdně. Drůbeží a červené druhy masa se nacházejí výše, nejméně vhodné jsou pak uzeniny a jiné masné výrobky, které najdeme dokonce až v nejvyšším patře. Maso do jídelníčku patří jako zdroj kvalitních bílkovin a důležitých minerálních látek, není tedy vhodné maso z dětského jídelníčku zcela vyřadit.

Poslední patro pyramidy obsadily potraviny, kterých by mělo být v jídelníčku co nejméně. Jsou to živočišné tuky, cukr, nejrůznější sladké i slané pochutiny, zákusky apod. V jídelníčku by se tato jídla neměla objevovat denně, většina z nich totiž zbytečně zvyšuje příjem energie. (25)

1.4.2. Pitný režim a nápoje

Nedílnou součástí zdravé výživy dětí a dospělých je správný pitný režim. Dostatek tekutin je podmínkou správné látkové výměny a zvyšuje také výkonnost dětského organismu. (15) Bez vody lze přežít určitou dobu, podle literatury až sedmáct dní. Zatímco pro dospělé se běžně doporučuje vypít 2,5 – 3 litry tekutin. Množství tekutin doporučované dětem je závislé na věku dítěte, v úvahu se ale bere také jeho hmotnost. Kolik toho mají děti za den vypít, lze zjistit podle tabulky doporučeného příjmu tekutin: (7)

	10 – 13 let	13 – 15 let	15 – 19 let
Celkem (l/den)	2,15	2,45	2,8
Z nápojů (ml/kg/den)	50	40	40

Pokud 12leté dítě váží např. 45 kg, počítáme: $45 \times 50 \text{ ml} = 2\,250 \text{ ml}$. (26)

1.4.2.1 Výběr nápojů

Děti dávají většinou přednost ochuceným nápojům, nápojům obsahující větší množství cukru (Coca-cola, Kofola, Sprite, Fanta). Tyto limonády jsou pro tělo především zdrojem energie z jednoduchých sacharidů. Vlivem reklamy je konzumace těchto nápojů velmi vysoká. Pitný režim dětí by měl být hrazen hlavně neperlivou stolní vodou, ovocnými džusy nebo šťávami ředěnými vodou, ovocnými, zelenými nebo bylinnými čaji, slabým černým čajem nebo mléčnými nápoji. (6) Silný černý čaj a káva se nezapočítávají do pitného režimu dětí ani dospělých, protože organismus odvodňují, mohou také způsobovat podráždění žaludku. Pro pitný režim dětí nejsou vhodné také z důvodu obsahu kofeinu (šálek kávy obsahuje 80 mg, půl litru Coly obsahuje 62,5 mg kofeinu). Alkohol je pro děti zcela nevhodný a měl by zůstat záležitostí dospělých. Alkohol u dětí způsobuje nevratné poškození mozkových buněk, jater a vede snadno k závislosti na alkoholu v dospělosti. (8)

1.5. Pravidelný stravovací režim

Pro dětskou zdravou výživu je důležité volit správnou skladbu jídelníčku a jíst pravidelně. Optimální počet je 5 – 6 menších jídel za den. Tímto způsobem se rovnoměrně rozvrství příjem energie a tělo pak nemá potřebu si její část ukládat do zásoby. Je důležité, aby dítě jedlo pravidelně několikrát denně v rozmezí asi 3 hodin. Pravidelná strava rozdělená do celého dne také zamezí přejídání se v odpoledních a večerních hodinách. (26)

Snídaně

Začátkem dne by měla být vydatná snídaně. V noci se děti sice aktivně nehýbou, ale i ve spánku spotřebovávají energii na funkci vnitřních orgánů, na udržení tělesné teploty, srdeční akce atd. Proto je třeba dodávat dostatek energie i po ránu, snídaně by měla tvořit asi 20 – 25 % celkového denního příjmu energie. Není vhodné děti do jídla nutit. Důležité je také doplnit tekutiny po noční pauze. Jejich nedostatek se přes den může projevit únavou, bolestmi hlavy či nepozorností. (11)

Dopolední svačina (přesnídávka)

Školní svačiny dětí jsou v poslední době velmi aktuálním tématem. Přesnídávka by měla tvořit asi 15 % celkového denního příjmu energie. Kvalitní svačinou lze pozitivně ovlivnit dětské studijní výsledky. Děti, které se pravidelně a kvalitně stravují, jsou ve škole pozornější. (11)

Oběd

Oběd by měl být jakýmsi završením první poloviny dne, během které bychom měli sníst asi 60 % z celkového denního příjmu energie, z čehož na oběd připadá asi 30 – 35 %. Není nutné, aby součástí oběda byla vždy také polévka, pokud je jídlo samo o sobě vydatné. Ale co by u zdravého oběda chybět nemělo, je zelenina nebo ovoce. (26)

Odpolední svačina

Odpolední svačina by měla tvořit už jenom 10 % energetického příjmu. Odpoledne a večer už tělo nemusí stihnout využít větší množství energie a může si ji uložit do zásoby. Není důležité jen množství jídla, které k odpolední svačině děti snědí, ale správný výběr. Je vhodnější zaměřit se na potraviny, které mají nižší energetickou hodnotu a glykemický index. Zasyčení z nich déle vydrží a organismus nebude mít problémy s nadbytkem energie ani při větším objemu jídla. (26)

Večeře

Poslední jídlo dne představuje večeře, která by měla pokrýt cca 15 – 20 % denního energetického příjmu. Stejně jako odpolední svačina by i večeře měla být dostatečně objemná a přitom také méně energeticky vydatná. Nemusí být každý den teplá. Je důležité vycházet z toho, co děti přes den snědly, a večeří doplnit, co ve stravě chybělo. Vhodný je dostatek zeleniny a kvalitních bílkovin, např. v podobě mléčných výrobků, ryb nebo luštěnin. (26)

VI. jídlo dne

Naposledy by dítě mělo jíst asi 3 hodiny před spaním. Především pohybově velmi aktivním dětem je možné podávat menší porci jídla i po večeři. VI. jídlo dne nemusí být ale vždy jen druhá večeře, může se jednat i o druhou odpolední svačinu. (26)

1.6. Výživa ve věkových kategoriích

Od 2 let je strava dítěte podobná stravě ostatních členů rodiny. Přitom musíme mít na paměti, že zdravá výživa není jen menší porcí obvyklého pokrmu dospělých. Zvláštní potřeby dětského věku jsou dány potřebami nezbytnými pro intenzivní růst a vývoj dětského organismu, proto také příjem energie a některých živin musí být vyšší než jejich výdej. Růst i kvantitativní změny některých orgánů i celého organismu dítěte podmiňují vyšší nároky na přívod kvalitních bílkovin, vápníku a železa. (8)

Starší školní věk (10 – 14 let)

Mezi 10. – 13. rokem dochází u dětí k nástupu puberty. Ta je spojena s rychlejším růstem, tělesným vývojem a řadou hormonálních změn, než tomu je v předchozím období. Aby nedošlo k poruše růstu a vývoje, je třeba věnovat pozornost nejen dostatečnému příjmu energie, ale také dalších látek. Doporučený denní energetický příjem energie je pro dívky 9 200 kJ a pro chlapce 11 200 kJ. Dochází k vyšší tvorbě hormonů – především pohlavních, je také důležité dodržet potřebné množství tuku (hlavně u dívek). V tomto věku i nadále dochází k mineralizaci kostí, proto by měla být pozornost věnována dostatečnému příjmu vápníku v podobě mléka a mléčných výrobků.

U dívek nastupuje puberta, jedním z jejích projevů je počátek menstruace. Neměly by tedy vynechávat potraviny bohaté na železo, aby se vyhnuly případnému ohrožení anémií. V tomto věku není žádnou výjimkou ani držení nejrůznějších diet nebo počátky alternativního stravování.

U chlapců přichází puberta později. I v jejich případě je však nutné dbát na dostatečný energetický příjem, stejně jako na to, aby strava byla celkově pestrá a vyvážená. U chlapců častěji než u dívek chybí dostatečné množství ovoce a zeleniny, častěji jedí uzeniny a sladkosti. Problémem může být rovněž nadměrná konzumace slazených nápojů. (26)

Dospívající (14 – 18 let)

Výživa dospívajících se již takřka neliší od dospělých. Ale protože se i tak organismus nadále vyvíjí a dozrává, měla by i v tomto věkovém období odpovídat zásadám racionální výživy. Je nutné dodržení potřebného energetického příjmu 10 500 – 13 000 kJ. Na jedné straně se můžeme setkávat s příjmem nadbytečným, dospívající mají nezvykle velkou chuť k jídlu (to je většinou skutečně dáno růstem a vývojem), na druhé straně některé děti stále častěji sledují energetický příjem a dodržují nejrůznější diety s cílem udržet si co nejnižší tělesnou hmotnost. (26)

1.7. Poruchy příjmu potravy a potravního chování u starších školáků

Nadváha a obezita

Obezita patří v současné době mezi nejdůležitější zdravotní problémy vyspělých společností. Definuje se jako nadměrné ukládání tuku v tukových tkáních. Je výrazem poruchy systému, který reguluje energetickou bilanci člověka. Energetický přívod potravy přesahuje fyziologické potřeby organismu, což vede k nadváze. Obezitou se rozumí vyšší stupeň nadváhy. Vedle zdravotních problémů mají obézní děti i dospělí problémy sociálního a psychického charakteru. Děti mohou mít malé sebevědomí, trpět společenskou diskriminací, depresemi, úzkostmi, sebeobviňováním, poruchami motivace apod. Jsou hůře přijímány kolektivem a často šikanovány. (6)

Poruchy příjmu potravy

Poruchy příjmu potravy, to je především strach z tloušťky. Zejména dívky v období staršího školního věku se těžko vyrovnávají s kilogramy navíc.

Mentální anorexie je charakterizována úmyslným snižováním tělesné hmotnosti. Anorektičky neodmítají jídlo proto, že by neměly chuť, ale proto že nechtějí jíst. (12) Mentální anorexie má souvislost s hormonálními změnami, případně s psychosociálními důsledky ženské role. U chlapců je mnohem vzácnější, v literatuře se nejčastěji udává poměr chlapců a dívek 1:10. Porucha se může projevit jednou epizodou, většinou však mívá chronický průběh. V krajním případě může být ohrožen i život takového pacienta. (18)

Mentální bulimie je nemoc charakterizovaná především opakujícími se záchvaty přejídání, spojenými s přehnanou kontrolou tělesné hmotnosti v podobě zvracení, zneužívání projímadel, diuretik a dalších léků, které mají zamezit zvyšování váhy. (12)

2. Cíl práce a hypotézy

2.1. Cíl práce

Cílem práce je zjistit vliv reklamy na stravování starších žáků na základních školách. Práce by měla zmapovat způsob stravování dětí a prokázat vliv reklamy při výběru potravin.

2.2. Předpokládaná hypotéza

Na základě zjištěných skutečností jsem zformulovala pracovní hypotézy, které se pokusím výzkumem ověřit. Daná problematika je velmi široká. Zvolila jsem tři hypotézy, abych co nejlépe obsáhla všechny důležité oblasti své práce.

Hypotéza 1: Domnívám se, že většina dětí je při výběru potravin ovlivněna reklamou.

Hypotéza 2: Předpokládám, že velká většina školáků se bude raději stravovat v restauracích, KFC a McDonald's než doma.

Hypotéza 3: Myslím si, že školáci, kteří rádi sledují reklamy, zároveň rádi zkouší nové věci z reklam.

3. Metodika

3.1. Kvantitativní výzkum

Práce byla zpracována na podkladě dotazníkového šetření, dotazníky byly rozdány ve dvou základních školách žákům šestých až devátých tříd, kteří byli rozděleni do čtyř skupin. Dotazník byl sestaven z 24 otázek (viz. Příloha 5), díky nimž jsem měla možnost zjistit některé stravovací návyky u dětí a prokázat vliv reklamy na výběr potravin.

3.2. Charakteristika zkoumaného souboru

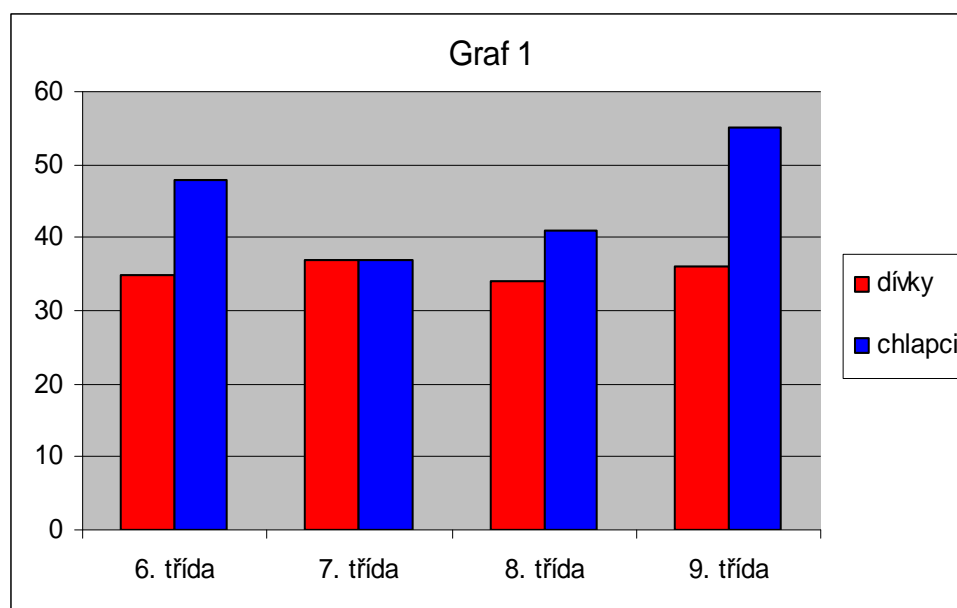
Sledovaný soubor tvořilo 323 školáků náhodně vybraných ve dvou základních školách a to v Základní škole T. G. Masaryka v Jihlavě a v Základní škole v Českém Rudolci, 83 žáků 6. tříd, 74 žáků 7. tříd, 75 žáků 8. tříd a 91 žáků 9. tříd.

Návratnost dotazníků u žáků oslovovaných přímo byla 100%. U školáků, jimž byly dotazníky zaslány přes prostředníka, byla návratnost 70%.

4. Výsledky

4.1. Pohlaví

Otázka 1: Celkový počet žáků byl 323, za 6. třídu dotazník vyplnilo 36 dívek a 48 chlapců, za 7. třídu 37 dívek a 37 chlapců, za 8. třídu 34 dívek a 41 chlapců a za 9. třídu 36 dívek a 55 chlapců (viz. Graf 1).



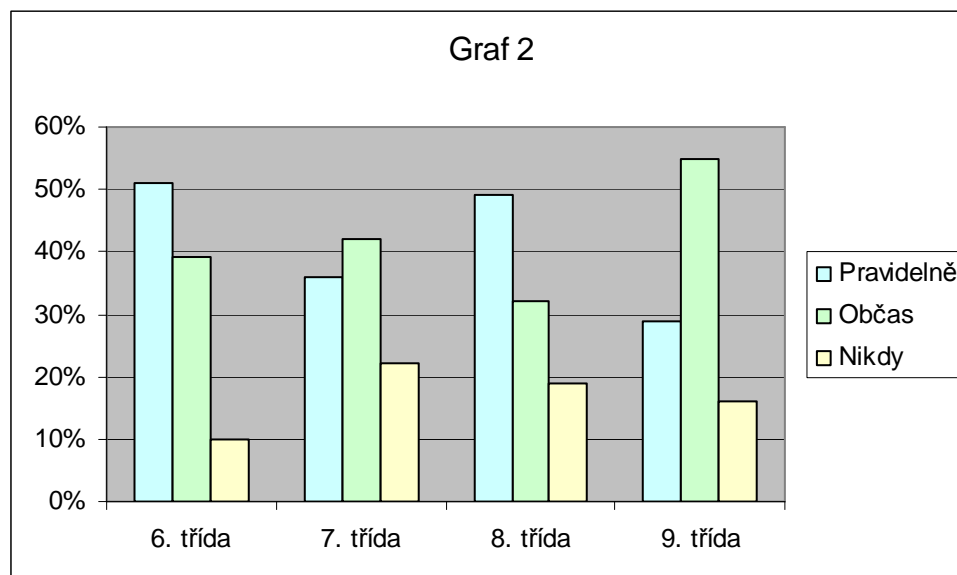
Zdroj: vlastní výzkum

4.2. Hodnocení a porovnání odpovědí ve čtyřech kategoriích

Hodnocení odpovědí na otázku číslo 3 dotazníku

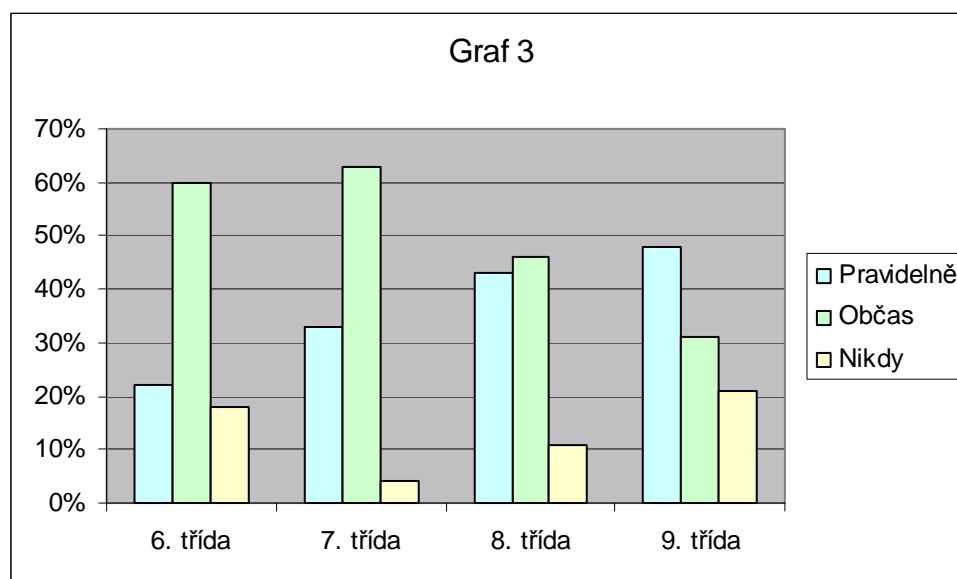
Otázka 3: Jak často snídáš, svačíš, obědváš, svačíš, večeříš?

Z výsledků vyplývá, že pravidelně snídá 51% žáků 6. tříd, 36% žáků 7. tříd, 49% žáků 8. tříd a 29% žáků 9. tříd, občas snídá 39% žáků 6. tříd, 42% žáků 7. tříd, 32% žáků 8. tříd a 55% žáků 9. tříd, nesnídá 10% žáků 6. tříd, 22% žáků 7. tříd, 19% žáků 8. tříd a 16% žáků 9. tříd. 23% žáků nesnídá nikdy, z toho je 45% dívek a 55% chlapců (viz. Graf 2).



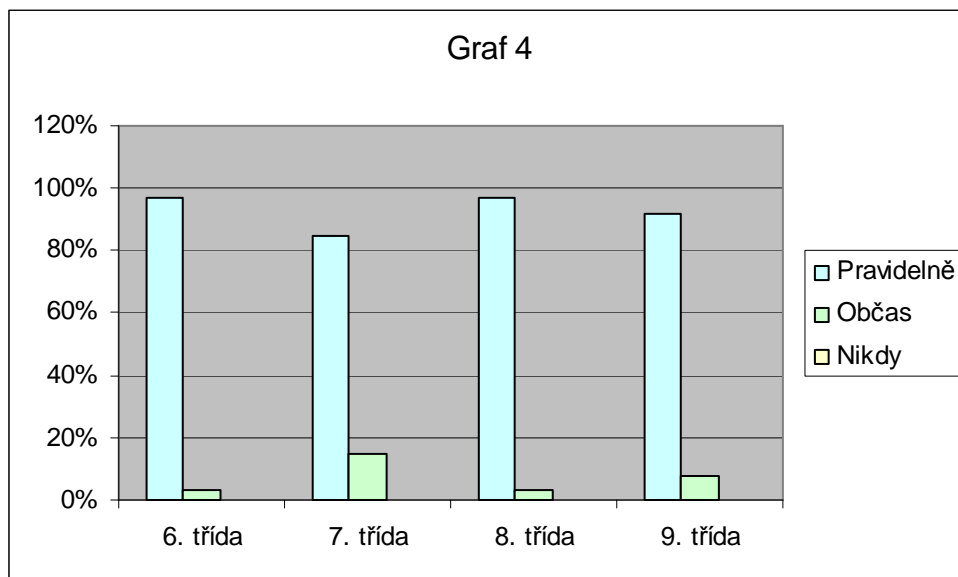
Zdroj: vlastní výzkum

Z odpovědí na tuto otázku je patrné, že z žáků 6. tříd pravidelně svačí 22%, občas svačí 60% a nesvačí 18% žáků. Žáků 7. tříd pravidelně svačí 33%, občas svačí 63% a nesvačí 4%. Z žáků 8. tříd pravidelně svačí 43%, občas svačí 46% a nesvačí 11% žáků. Žáků 9. tříd pravidelně svačí 48%, občas svačí 31% a nesvačí 21%. 29% školáků si kupuje svačinu samo, z toho je 66% chlapců a 34% dívek (viz. Graf 3).



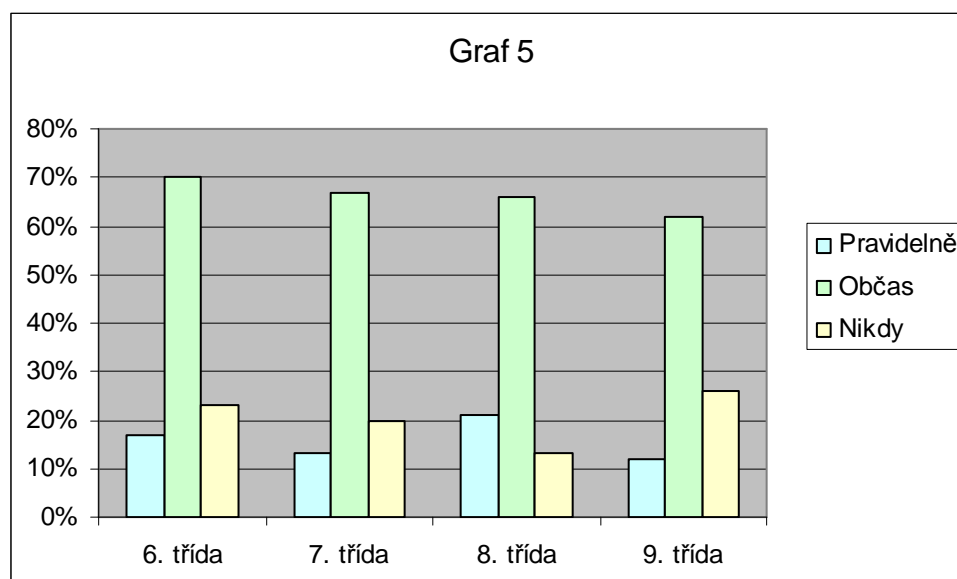
Zdroj: vlastní výzkum

Z výsledků na tuto otázku vyplývá, že obědvá pravidelně 97% žáků 6. tříd, 85% žáků 7. tříd, 97% žáků 8. tříd a 92% žáků 9. tříd, občas obědvá 3% žáků 6. tříd, 15% žáků 7. tříd, 3% žáků 8. tříd a 8% žáků 9. tříd. Nikdo neoznačil odpověď, že neobědvá nikdy. Oběd si kupují sami 2% školáků (viz. Graf 4).



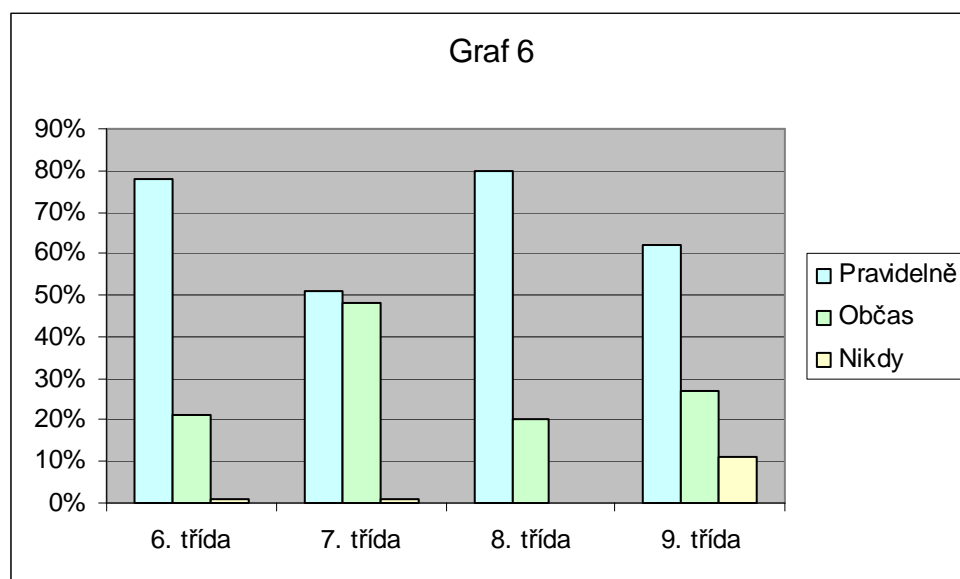
Zdroj: vlastní výzkum

Z odpovědí na tuto otázku je patrné, že z žáků 6. tříd pravidelně odpoledne svačí 17%, občas svačí 70% a nesvačí 23% žáků. Žáků 7. tříd pravidelně svačí 13%, občas svačí 67% a nesvačí 20%. Z žáků 8. tříd pravidelně svačí 21%, občas svačí 66% a nesvačí 20% žáků. Žáků 9. tříd pravidelně svačí 12%, občas svačí 62% a nesvačí 26% (viz. Graf 5).



Zdroj: vlastní výzkum

Z výsledků odpovědí na tuto otázku plyne, že večeří pravidelně 78% žáků 6. tříd, 51% žáků 7. tříd, 80% žáků 8. tříd a 62% žáků 9. tříd, občas večeří 21% žáků 6. tříd, 48% žáků 7. tříd, 20% žáků 8. tříd a 27% žáků 9. tříd a nevečeří 1% žáků 6. tříd, 1% žáků 7. tříd, 0% žáků 8. tříd a 11% žáků 9. tříd. Většina školáků pravidelně večeří (viz. Graf 6).

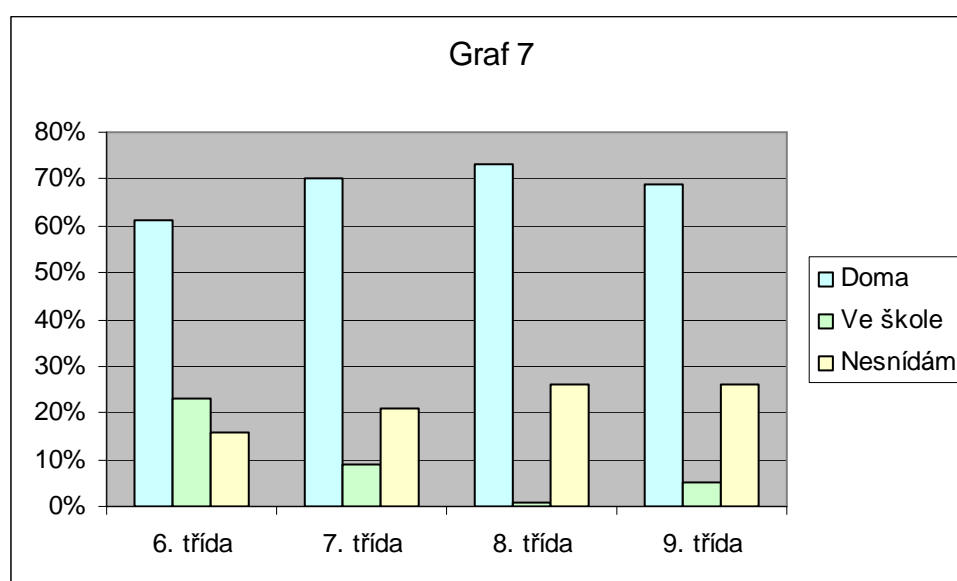


Zdroj: vlastní výzkum

Hodnocení odpovědi na otázku číslo 4 dotazníku

Otázka 4: Snídáš ve škole, doma nebo nesnídáš?

61% žáků 6. tříd, 70% žáků 7. tříd, 73% žáků 8. tříd a 69% žáků 9. tříd uvedlo, že snídá doma. Ve škole snídá 23% žáků 6. tříd, 9% žáků 7. tříd, 1% žáků 8. tříd a 5% žáků 9. tříd. Nesnídá 16% žáků 6. tříd, 21% žáků 7. tříd, 26% žáků 8. tříd a 26% žáků 9. tříd. Z výsledků na tuto otázku je patrné, že pravidelně snídá 42% školáků, většina dotazovaných snídá doma (viz. Graf 7).

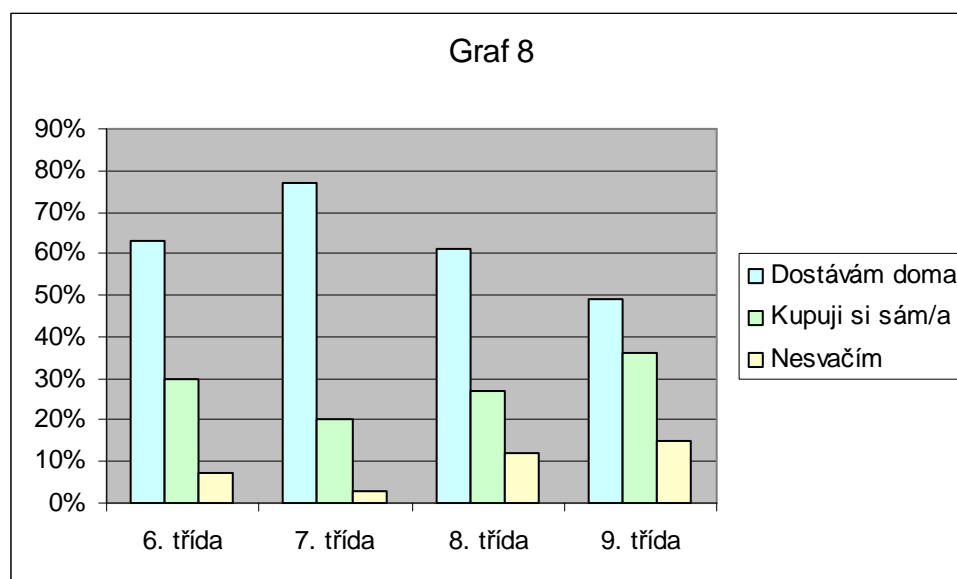


Zdroj: vlastní výzkum

Hodnocení odpovědi na otázku číslo 5 dotazníku

Otázka 5: Svačinu dostáváš doma, kupuješ si sám/a nebo nesvačíš?

Z odpovědí na tuto otázku vyplývá, že 63% žáků 6. tříd, 77% žáků 7. tříd, 61% žáků 8. tříd a 49% žáků 9. tříd dostává svačinu doma. 30% žáků 6. tříd, 20% žáků 7. tříd, 27% žáků 8. tříd a 36% žáků 9. tříd si kupují svačinu sami. Nesvačí 7% žáků 6. tříd, 3% žáků 7. tříd, 12% žáků 8. tříd a 15% žáků 9. tříd (viz. Graf 8).

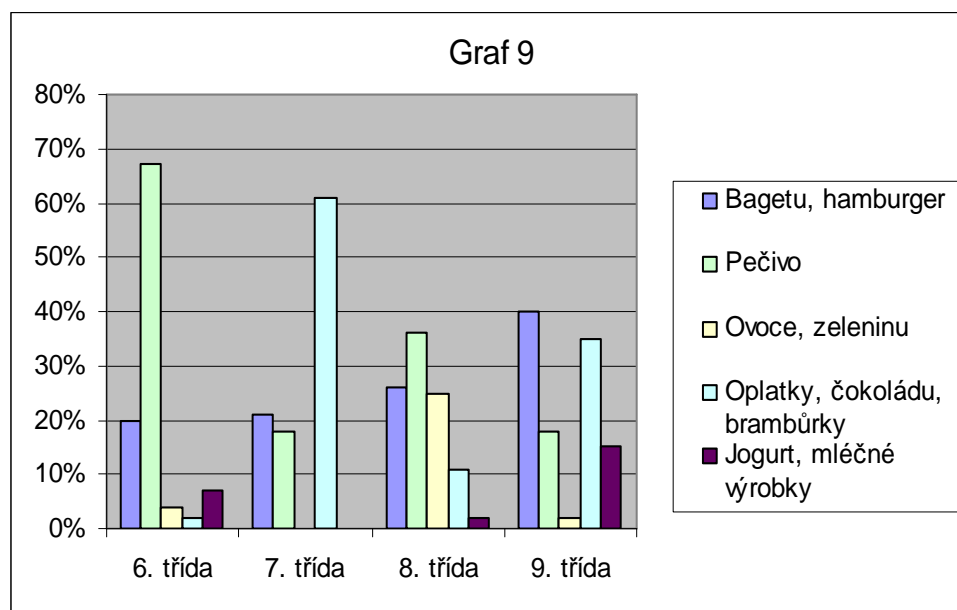


Zdroj: vlastní výzkum

Hodnocení odpovědi na otázku číslo 6 dotazníku

Otázka 6: Pokud si svačinu kupuješ sám/a, koupíš si?

20% žáků 6. tříd, 21% žáků 7. tříd, 26% žáků 8. tříd a 40% žáků 9. tříd si na svačinu koupí bagetu, hamburger. Pečivo 67% žáků 6. tříd, 18% žáků 7. tříd, 36% žáků 8. tříd a 18% žáků 9. tříd. Ovoce nebo zeleninu 4% žáků 6. tříd, 0% žáků 7. tříd, 25% žáků 8. tříd a 2% žáků 9. tříd. Oplatky, čokoládu, brambůrky 2% žáků 6. tříd, 61% žáků 7. tříd, 11% žáků 8. tříd a 35% žáků 9. tříd. 7% žáků 6. tříd, 0% žáků 7. tříd, 2% žáků 8. tříd a 15% žáků 9. tříd si koupí jogurt, mléčné výrobky. Z odpovědí na tuto otázku je zřejmé, že 27% školáků si koupí na svačinu hamburger nebo bagetu, nejvíce této svačině dávají přednost žáci 9. tříd. Alarmující je též údaj, že 61% žáků 7. tříd svačí oplatky, čokoládu nebo brambůrky (viz. Graf 9).

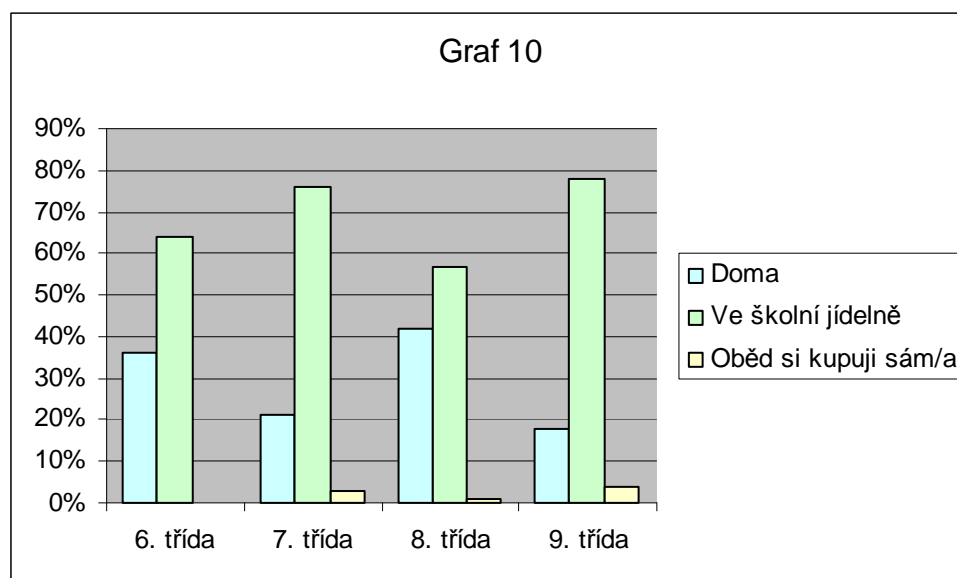


Zdroj: vlastní výzkum

Hodnocení odpovědi na otázku číslo 7 dotazníku

Otázka 7: Kde nejčastěji obědváš?

Z odpovědí na tuto otázku je patrné, že 36% žáků 6. tříd, 21% žáků 7. tříd, 42% žáků 8. tříd a 18% žáků 9. tříd obědvá doma. 64% žáků 6. tříd, 76% žáků 7. tříd, 57% žáků 8. tříd a 78% žáků 9. tříd obědvá ve školní jídelně. Oběd si kupují sami 0% žáků 6. tříd, 3% žáků 7. tříd, 1% žáků 8. tříd a 4% žáků 9. tříd. Většina žáků se nejraději stravuje doma (viz. Graf 10).

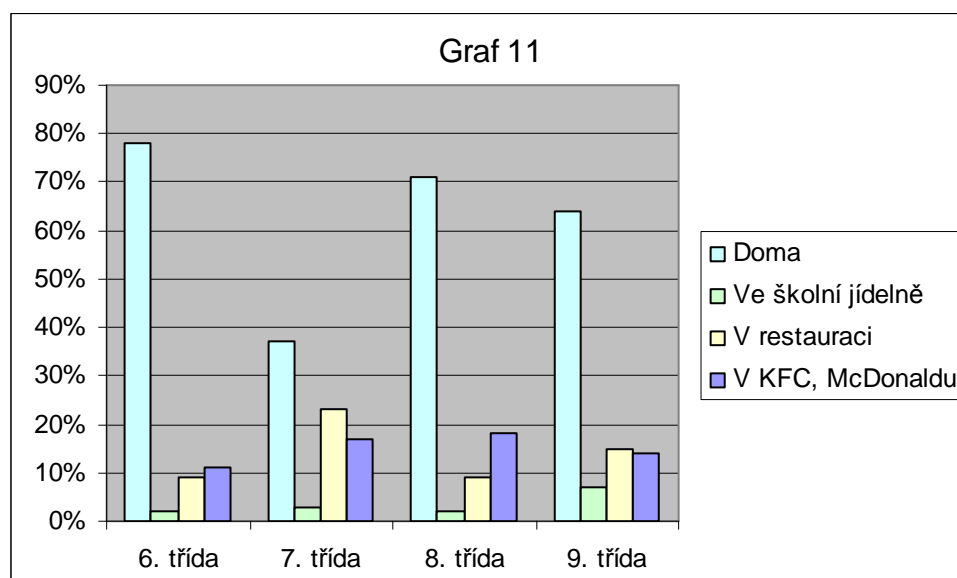


Zdroj: vlastní výzkum

Hodnocení odpovědi na otázku číslo 8 dotazníku

Otázka 8: Kde se nejraději stravuješ?

Z odpovědí vyplývá, že 78% žáků 6. tříd, 37% žáků 7. tříd, 71% žáků 8. tříd a 64% žáků 9. tříd se nejraději stravuje doma. 2% žáků 6. tříd, 3% žáků 7. tříd, 2% žáků 8. tříd a 7% žáků 9. tříd nejraději stravuje ve školní jídelně. V restauraci nejraději stravuje 9% žáků 6. tříd, 23% žáků 7. tříd, 9% žáků 8. tříd a 15% žáků 9. tříd. Stravování v KFC, McDonald's upřednostňuje 11% žáků 6. tříd, 17% žáků 7. tříd, 18% žáků 8. tříd a 14% žáků 9. tříd (viz. Graf 11). KFC a McDonald's upřednostňují častěji chlapci (59%).

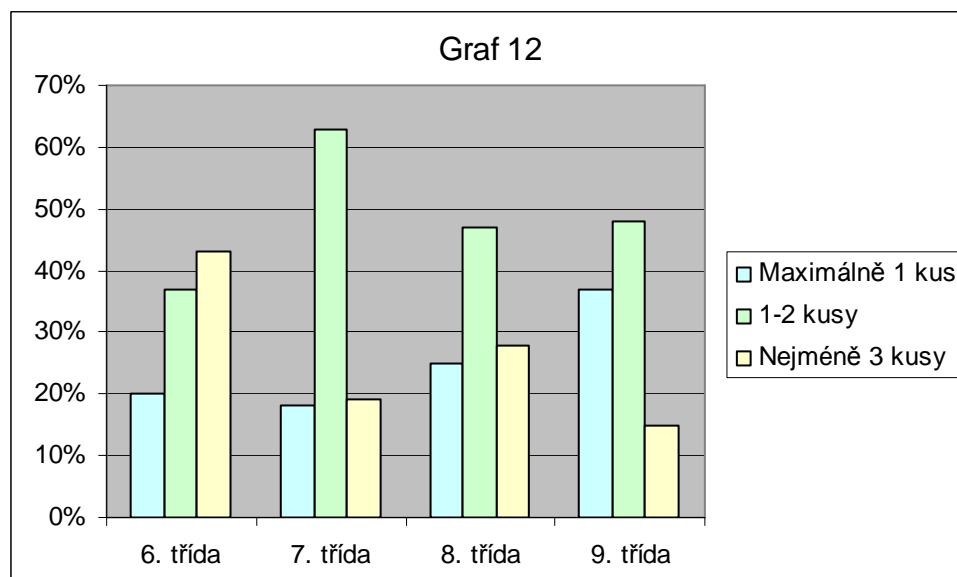


Zdroj: vlastní výzkum

Hodnocení odpovědi na otázku číslo 9 dotazníku

Otázka 9: Jaké množství ovoce za den sníš?

Z odpovědí na tuto otázku je patrné, že 20% žáků 6. tříd, 18% žáků 7. tříd, 25% žáků 8. tříd a 37% žáků 9. tříd konzumuje maximálně 1 kus ovoce za den. 37% žáků 6. tříd, 63% žáků 7. tříd, 47% žáků 8. tříd a 48% žáků 9. tříd konzumuje za den 1-2 kusy ovoce. Nejméně 3 kusy ovoce za den konzumuje 43% žáků 6. tříd, 19% žáků 7. tříd, 28% žáků 8. tříd a 15% žáků 9. tříd. Větší část dotazovaných konzumuje 1-2 kusy ovoce za den a to 49% (viz. Graf 12).

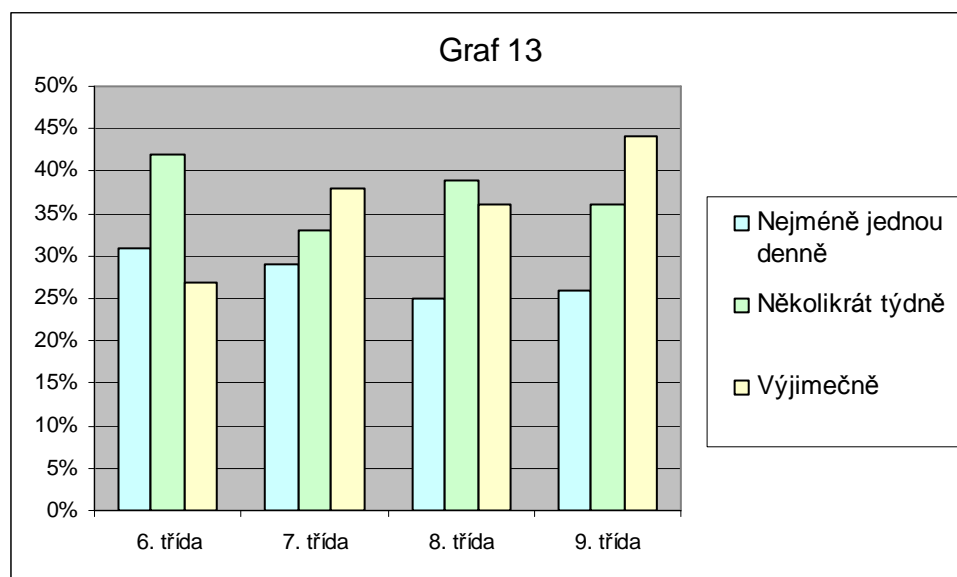


Zdroj: vlastní výzkum

Hodnocení odpovědi na otázku číslo 10 dotazníku

Otázka 10: Jak často jíš zeleninu?

31% žáků 6. tříd, 29% žáků 7. tříd, 25% žáků 8. tříd a 26% žáků 9. tříd konzumuje zeleninu nejméně jednou za den. 42% žáků 6. tříd, 33% žáků 7. tříd, 39% žáků 8. tříd a 36% žáků 9. tříd konzumuje zeleninu několikrát týdně. 27% žáků 6. tříd, 38% žáků 7. tříd, 36% žáků 8. tříd a 44% žáků 9. tříd konzumuje zeleninu výjimečně. Z odpovědí na tuto otázku je zřejmé, že zeleninu konzumuje výjimečně 37% školáků, nejméně žáci 9. tříd (viz. Graf 13).

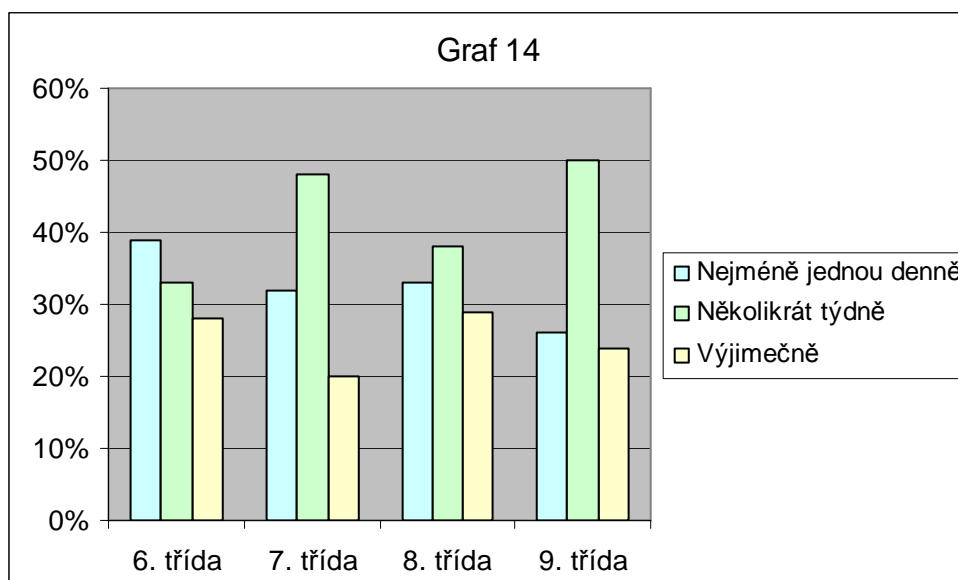


Zdroj: vlastní výzkum

Hodnocení odpovědi na otázku číslo 11 dotazníku

Otázka 11: Jak často jíš sladkosti?

Z výsledků odpovědí na tuto otázku plyne, že 39% žáků 6. tříd, 32% žáků 7. tříd, 33% žáků 8. tříd a 26% žáků 9. tříd konzumuje sladkosti nejméně jednou denně. 33% žáků 6. tříd, 48% žáků 7. tříd, 38% žáků 8. tříd a 50% žáků 9. tříd konzumuje sladkosti několikrát týdně. 28% žáků 6. tříd, 20% žáků 7. tříd, 29% žáků 8. tříd a 24% žáků 9. tříd konzumuje sladkosti jen výjimečně. Nejméně jednou denně konzumuje sladkosti 31%, což činí 101 dotázaných (viz. Graf 14).

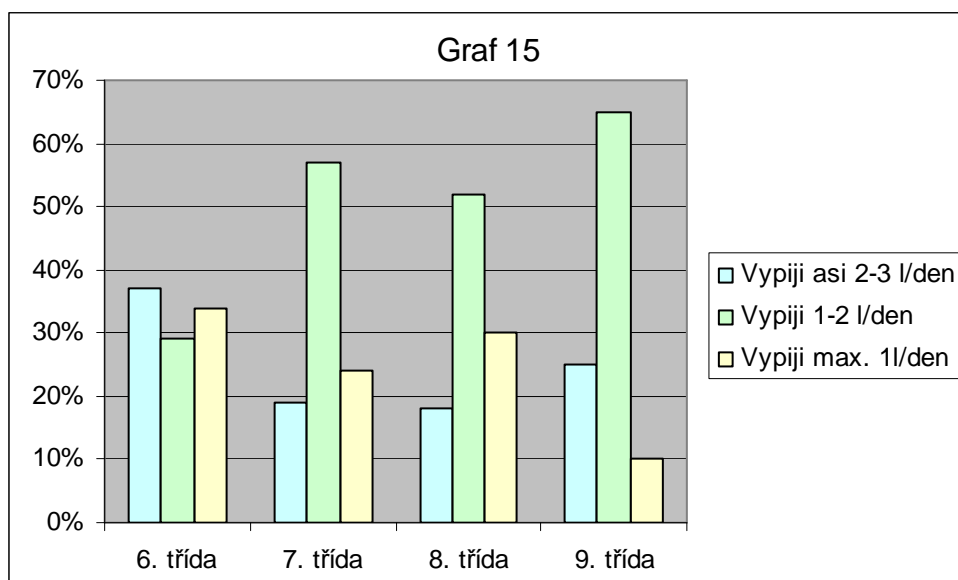


Zdroj: vlastní výzkum

Hodnocení odpovědi na otázku číslo 12 dotazníku

Otázka 12: Kolik tekutin vypiješ za den?

37% žáků 6. tříd označilo odpověď, že vypije asi 2-3l/den, 29% vypije 1-2l/den a 34% vypije maximálně 1l/den. 19% žáků 7. tříd vypije asi 2-3l/den, 57% vypije 1-2l/den a 24% vypije maximálně 1l/den. 18% respondentů 8. tříd odpovědělo, že vypije asi 2-3l/den, 52% vypije 1-2l/den a 30% vypije maximálně 1l/den. 25% žáků 9. tříd vypije asi 2-3l/den, 65% vypije 1-2l/den a 10% vypije maximálně 1l/den. Z výsledků této otázky je patrné, že pitný režim dodržuje 75% školáků (viz. Graf 15).

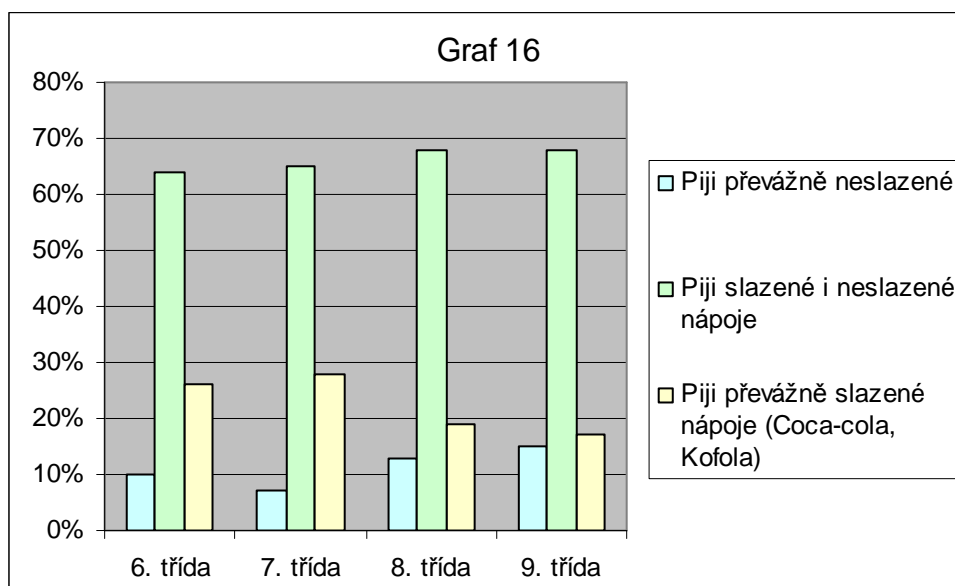


Zdroj: vlastní výzkum

Hodnocení odpovědi na otázku číslo 13 dotazníku

Otázka 13: Jakým tekutinám dáváš přednost?

Z odpovědí na tuto otázku je patrné, že z žáků 6. tříd 10 % pije převážně neslazené nápoje, 64% pije slazené i neslazené nápoje a 26% žáků pije převážně slazené nápoje (Coca-cola, Kofola). 7% korespondentů 7. tříd pije převážně neslazené nápoje, 65% pije slazené i neslazené nápoje a 28% pije převážně slazené nápoje (Coca-cola, Kofola). Z žáků 8. tříd 13% pije převážně neslazené nápoje, 68% pije slazené i neslazené nápoje a 19% žáků pije převážně slazené nápoje (Coca-cola, Kofola). 15% korespondentů 9. tříd pije převážně neslazené nápoje, 68% pije slazené i neslazené nápoje a 17% pije převážně slazené nápoje (Coca-cola, Kofola). 23% dotazovaných pije převážně slazené nápoje (Coca-cola, Kofola), z toho 57% chlapců a 43% dívek (viz. Graf 16).

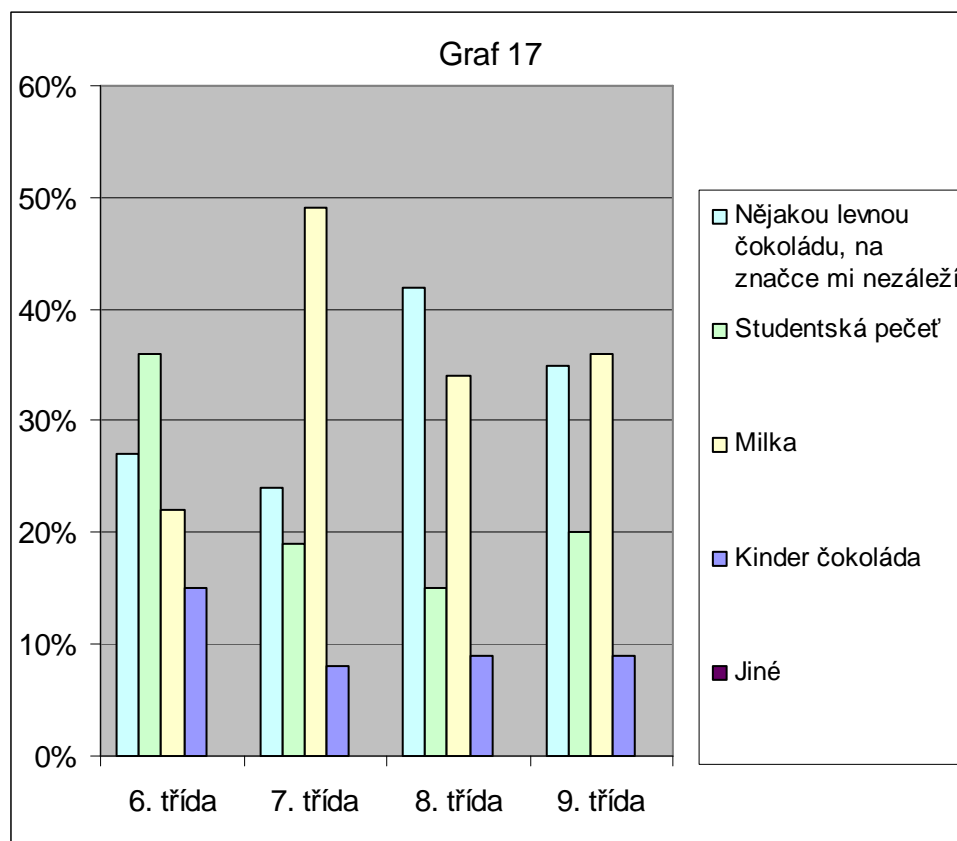


Zdroj: vlastní výzkum

Hodnocení odpovědi na otázku číslo 14 dotazníku

Otázka 14: Když máš chuť na čokoládu, vybereš si?

27% žáků 6. tříd, 24% žáků 7. tříd, 42% žáků 8. tříd a 35% žáků 9. tříd označilo odpověď, že si vyberou nějakou levnou čokoládu, na značce jim nezáleží. 36% žáků 6. tříd, 19% žáků 7. tříd, 15% žáků 8. tříd a 20% žáků 9. tříd zvolilo Studentskou pečeť. 22% žáků 6. tříd, 49% žáků 7. tříd, 34% žáků 8. tříd a 36% žáků 9. tříd dává přednost značce Milka. 15% žáků 6. tříd, 8% žáků 7. tříd, 9% žáků 8. tříd a 9% žáků 9. tříd označilo Kinder čokoládu a poslední možnost neoznačil nikdo. Z této otázky je patrné, že 32% dotazovaných nenakupuje čokoládu podle značky. 35% školáků dává výhradně přednost značce Milka, která má velmi silnou reklamní kampaň (viz. Graf 17).

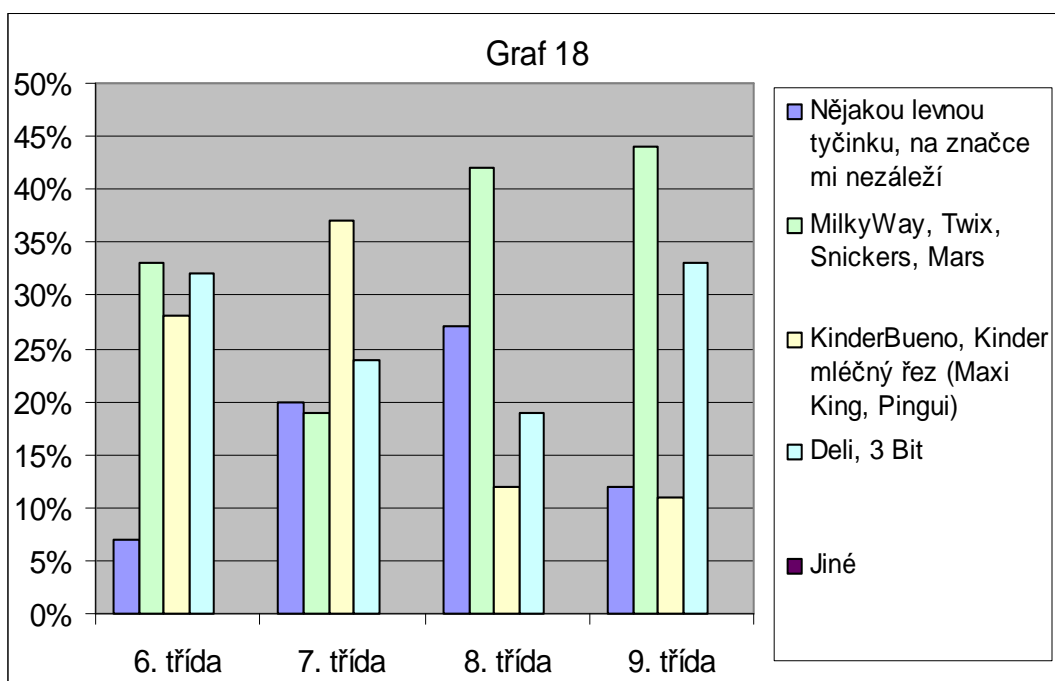


Zdroj: vlastní výzkum

Hodnocení odpovědi na otázku číslo 15 dotazníku

Otázka 15: Když máš chuť na čokoládovou tyčinku, vybereš si?

Z výsledků na tuto otázku vyplývá, že 7% žáků 6. tříd, 20% žáků 7. tříd, 27% žáků 8. tříd a 12% žáků 9. tříd nedává přednost žádné značce a vybere si nějakou levnou čokoládovou tyčinku. 33% žáků 6. tříd, 19% žáků 7. tříd, 42% žáků 8. tříd a 44% žáků 9. tříd označilo MilkyWay, Twix, Snickers, Mars. KinderBueno, Kinder mléčný řez (Maxi King, Pingui) označilo 28% žáků 6. tříd, 37% žáků 7. tříd, 12% žáků 8. tříd a 11% žáků 9. tříd. 32% žáků 6. tříd, 24% žáků 7. tříd, 19% žáků 8. tříd a 33% žáků 9. tříd zvolilo Deli, 3 Bit. Poslední možnost neoznačil nikdo (viz. Graf 18). Nejoblíbenějšími čokoládovými tyčinkami jsou MilkyWay, Twix, Snickers, Mars, označilo je 35% dotazovaných.

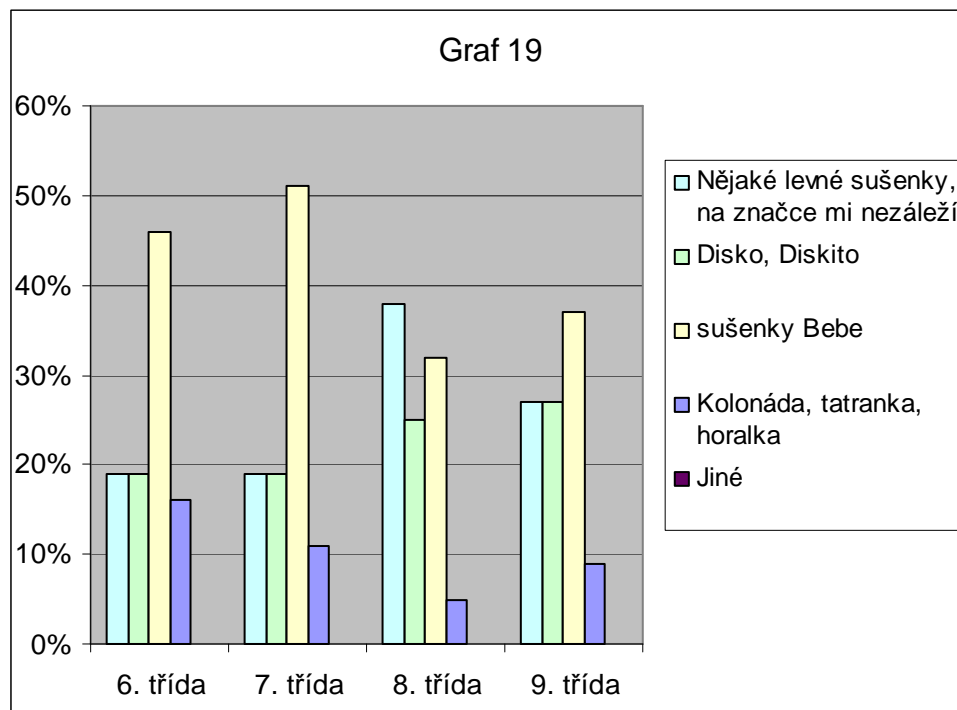


Zdroj: vlastní výzkum

Hodnocení odpovědi na otázku číslo 16 dotazníku

Otázka 16: Když máš chuť na sušenky, vybereš si?

Z odpovědí na tuto otázku je patrné, že 19% žáků 6. tříd, 19% žáků 7. tříd, 38% žáků 8. tříd a 27% žáků 9. tříd nedává přednost žádné značce a vybere si nějaké levné sušenky. 19% žáků 6. tříd, 19% žáků 7. tříd, 25% žáků 8. tříd a 27% žáků 9. tříd označilo Disko, Diskito. Sušenky Bebe zvolilo 46% žáků 6. tříd, 51% žáků 7. tříd, 32% žáků 8. tříd a 37% žáků 9. tříd. 16% žáků 6. tříd, 11% žáků 7. tříd, 5% žáků 8. tříd a 9% žáků 9. tříd si vybralo sušenky Kolonáda, tatránky, horalky. Poslední možnost neoznačil nikdo. Pouze 26% školáků udalo, že jim na značce sušenek nezáleží (viz. Graf 19).

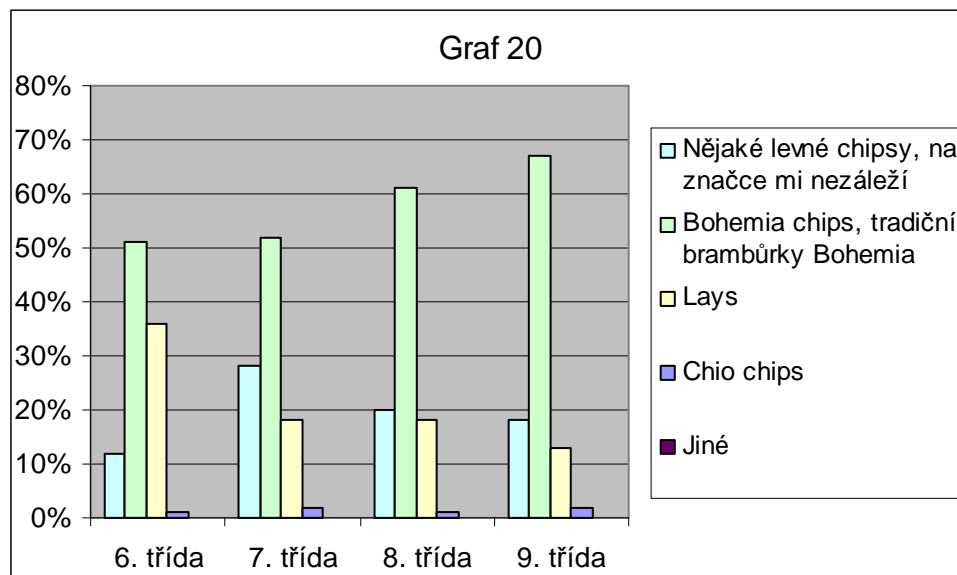


Zdroj: vlastní výzkum

Hodnocení odpovědi na otázku číslo 17 dotazníku

Otázka 17: Když máš chuť na chipsy, vybereš si?

12% žáků 6. tříd, 28% žáků 7. tříd, 20% žáků 8. tříd a 18% žáků 9. tříd označilo odpověď, že si vybere nějaké levné chipsy, na značce jim nezáleží. 51% žáků 6. tříd, 52% žáků 7. tříd, 61% žáků 8. tříd a 67% žáků 9. tříd zvolilo Bohemia chips, tradiční brambůrky Bohemia. 36% žáků 6. tříd, 18% žáků 7. tříd, 18% žáků 8. tříd a 13% žáků 9. tříd dává přednost značce Lays. 1% žáků 6. tříd, 2% žáků 7. tříd, 1% žáků 8. tříd a 2% žáků 9. tříd označilo Chio chips a poslední možnost neoznačil nikdo. Z těchto výsledků vyplývá, že 80% školáků je ovlivněno při výběru chipsů reklamou (viz. Graf 20).

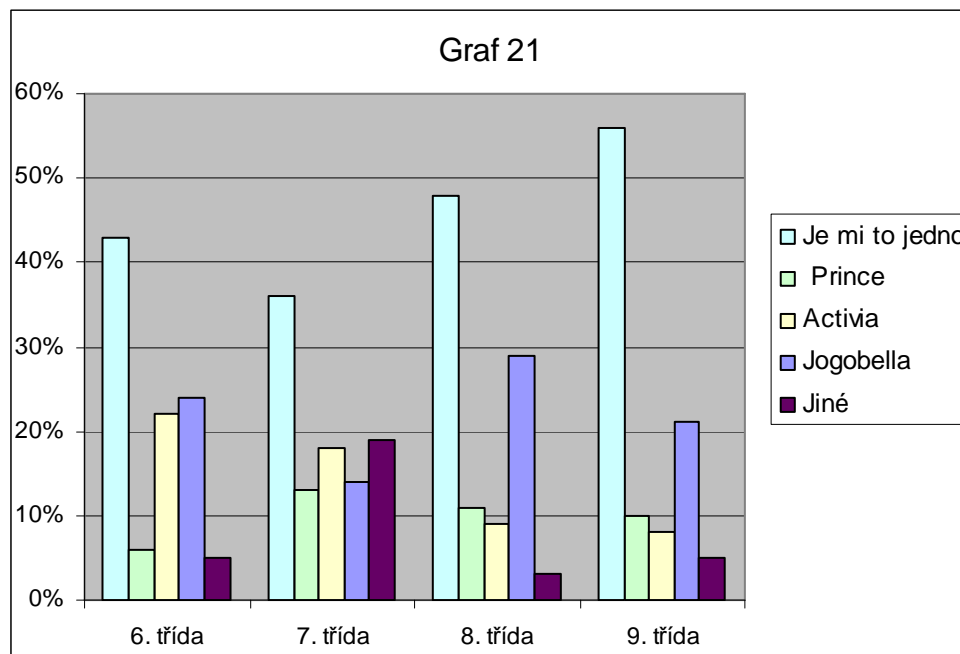


Zdroj: vlastní výzkum

Hodnocení odpovědi na otázku číslo 18 dotazníku

Otázka 18: Jakému jogurtu dáváš přednost?

Z odpovědí na tuto otázku vyplývá, že 43% žáků 6. tříd, 36% žáků 7. tříd, 48% žáků 8. tříd a 56% žáků 9. tříd nedává přednost žádné značce. 6% žáků 6. tříd, 13% žáků 7. tříd, 11% žáků 8. tříd a 10% žáků 9. tříd označilo Prince. Activii uvedlo 22% žáků 6. tříd, 18% žáků 7. tříd, 9% žáků 8. tříd a 8% žáků 9. tříd. 24% žáků 6. tříd, 14% žáků 7. tříd, 29% žáků 8. tříd a 21% žáků 9. tříd zvolilo Jogobellu. Možnost jiný jogurt označilo 5% žáků 6. tříd a to jogurt Dobrá máma a Florián, 19% žáků 7. tříd, 3% žáků 8. tříd a 5% žáků 9. tříd. Školáci doplňovali nabízené jogurty, jogurty Dobrá máma, Florián, Vitalinea (viz. Graf 21).

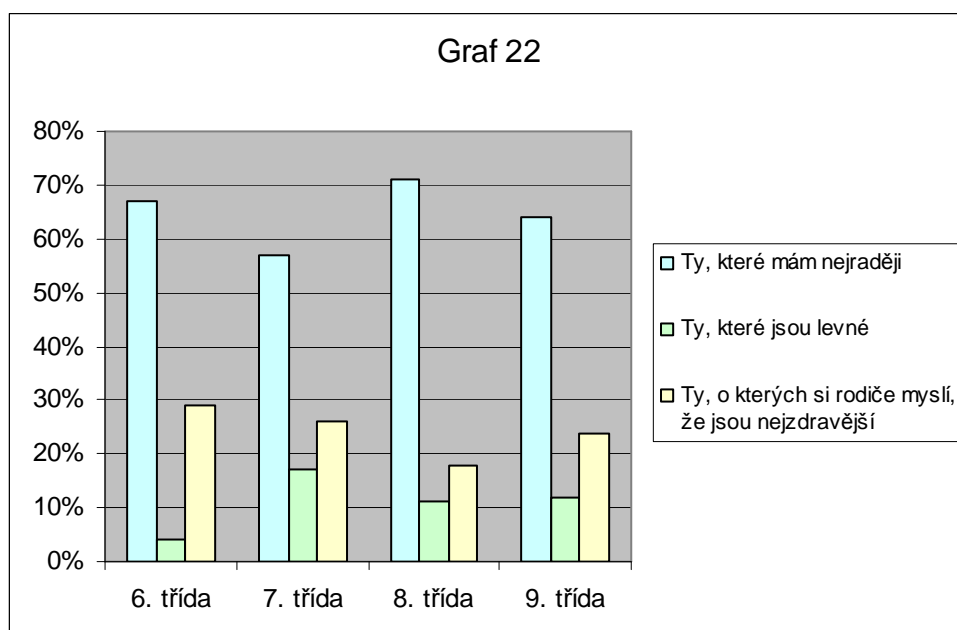


Zdroj: vlastní výzkum

Hodnocení odpovědi na otázku číslo 19 dotazníku

Otázka 19: Jaké jogurty kupují rodiče?

67% žáků 6. tříd, 57% žáků 7. tříd, 71% žáků 8. tříd a 64% žáků 9. tříd označilo možnost „Ty, které mám nejraději“. 4% žáků 6. tříd, 17% žáků 7. tříd, 11% žáků 8. tříd a 12% žáků 9. tříd zvolilo možnost „Ty, které jsou levné“. „Ty, o kterých si rodiče myslí, že jsou nejzdravější“ zvolilo 29% žáků 6. tříd, 26% žáků 7. tříd, 18% žáků 8. tříd a 24% žáků 9. tříd (viz. Graf 22).

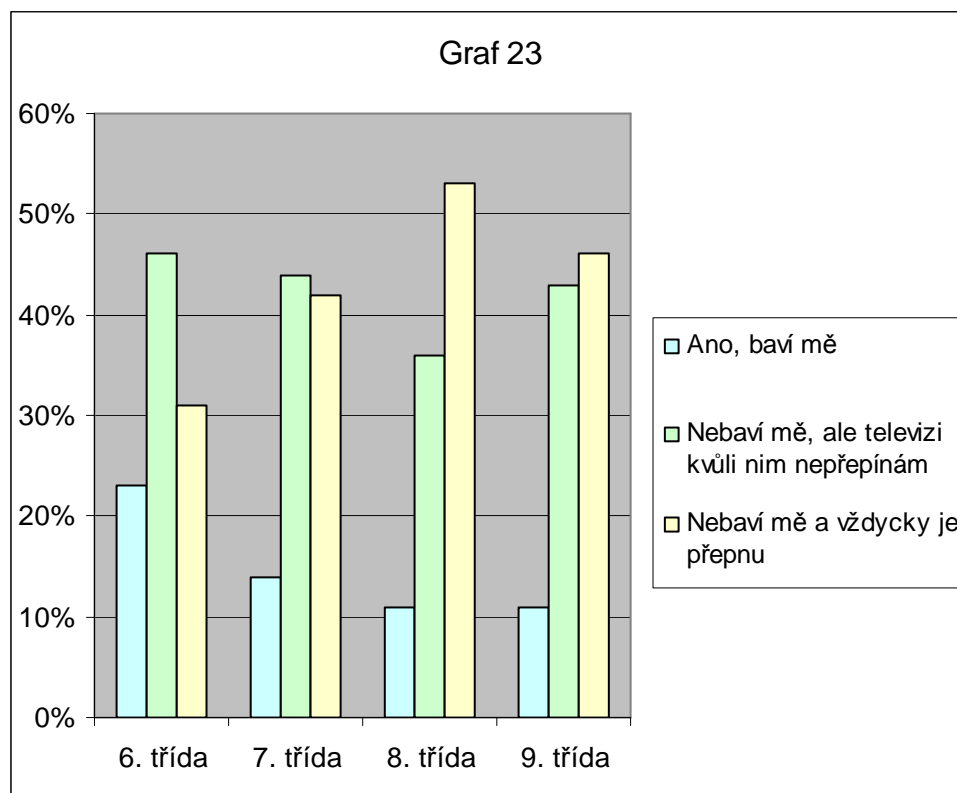


Zdroj: vlastní výzkum

Hodnocení odpovědi na otázku číslo 20 dotazníku

Otázka 20: Sleduješ rád reklamy?

Z odpovědí na tuto otázku je patrné, že 23% žáků 6. tříd, 14% žáků 7. tříd, 11% žáků 8. tříd a 11% žáků 9. tříd rádi sledují reklamy a baví je. 46% žáků 6. tříd, 44% žáků 7. tříd, 36% žáků 8. tříd a 43% žáků 9. tříd udává, že je reklamy nebaví, ale televizi kvůli nim nepřepínají. Reklamy mě nebaví a vždy je přepnu označilo 31% žáků 6. tříd, 42% žáků 7. tříd, 53% žáků 8. tříd a 46% žáků 9. tříd. 15% školáků rádo sleduje reklamy a nakupuje podle nich (viz. Graf 23).

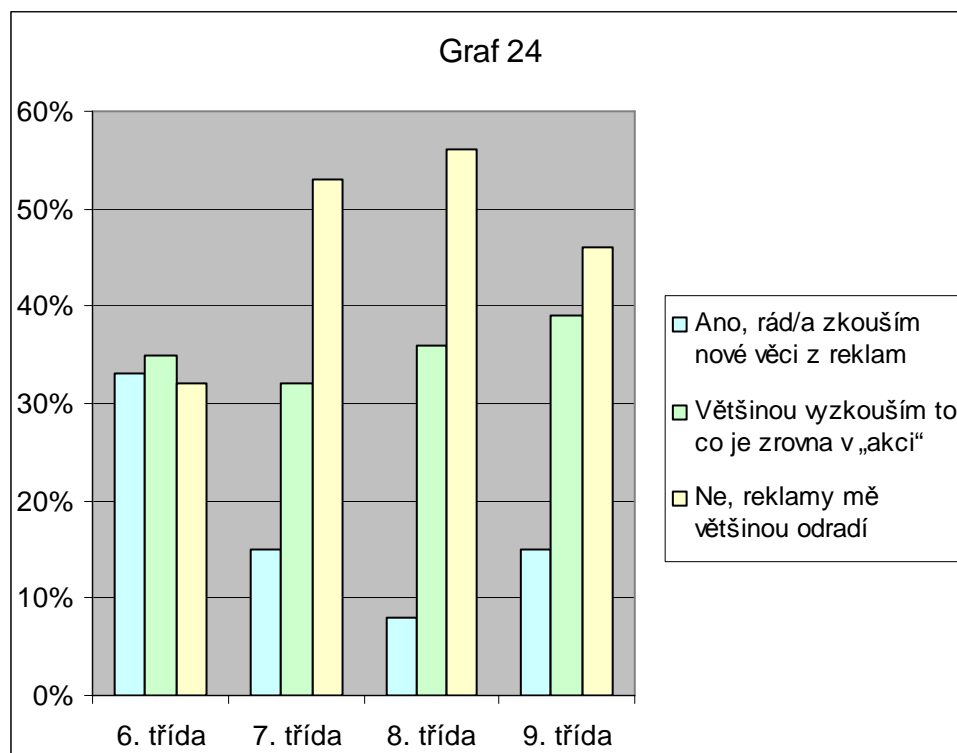


Zdroj: vlastní výzkum

Hodnocení odpovědi na otázku číslo 21 dotazníku

Otázka 21: Kupuješ si nové potraviny nabízené v reklamách?

Z odpovědí na tuto otázku vyplývá, že 33% žáků 6. tříd, 15% žáků 7. tříd, 8% žáků 8. tříd a 15% žáků 9. tříd zkusí rádo nové věci z reklam. 35% žáků 6. tříd, 32% žáků 7. tříd, 36% žáků 8. tříd a 39% žáků 9. tříd označilo, že většinou vyzkouší to, co je zrovna v „akci“. Reklamy většinou odradí od koupě 32% žáků 6. tříd, 53% žáků 7. tříd, 56% žáků 8. tříd a 46% žáků 9. tříd. 18%. Nové potraviny nabízené v reklamách nakupuje 18% dotazovaných, z toho 42% dívek a 58% chlapců (viz. Graf 24).

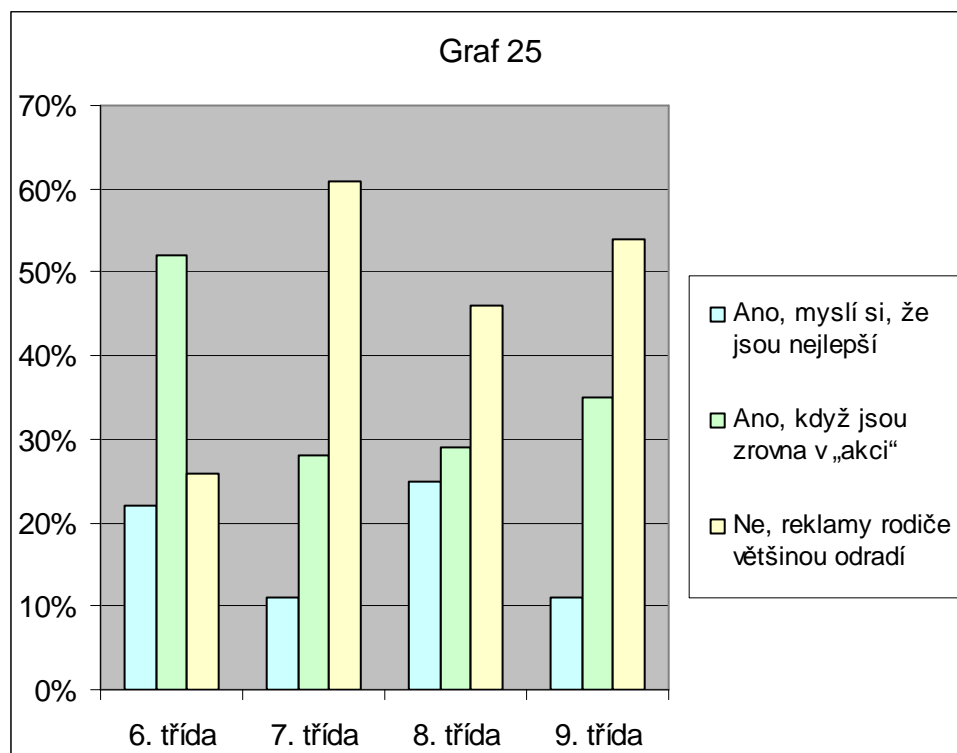


Zdroj: vlastní výzkum

Hodnocení odpovědi na otázku číslo 22 dotazníku

Otázka 22: Nakupují rodiče potraviny, které znají z reklamy?

22% žáků 6. tříd, 11% žáků 7. tříd, 25% žáků 8. tříd a 11% žáků 9. tříd uvedlo, že rodiče nakupují podle reklamy a myslí si, že jsou ty potraviny nejlepší. 52% žáků 6. tříd, 28% žáků 7. tříd, 29% žáků 8. tříd a 35% žáků 9. tříd odpovědělo, že rodiče nakupují podle reklamy, když jsou tyto potraviny zrovna v „akci“. Rodiče reklama odradí označilo 26% žáků 6. tříd, 61% žáků 7. tříd, 46% žáků 8. tříd a 54% žáků 9. tříd. Reklamy většinou odradí od koupě 47% rodičů dotazovaných (viz. Graf 25).

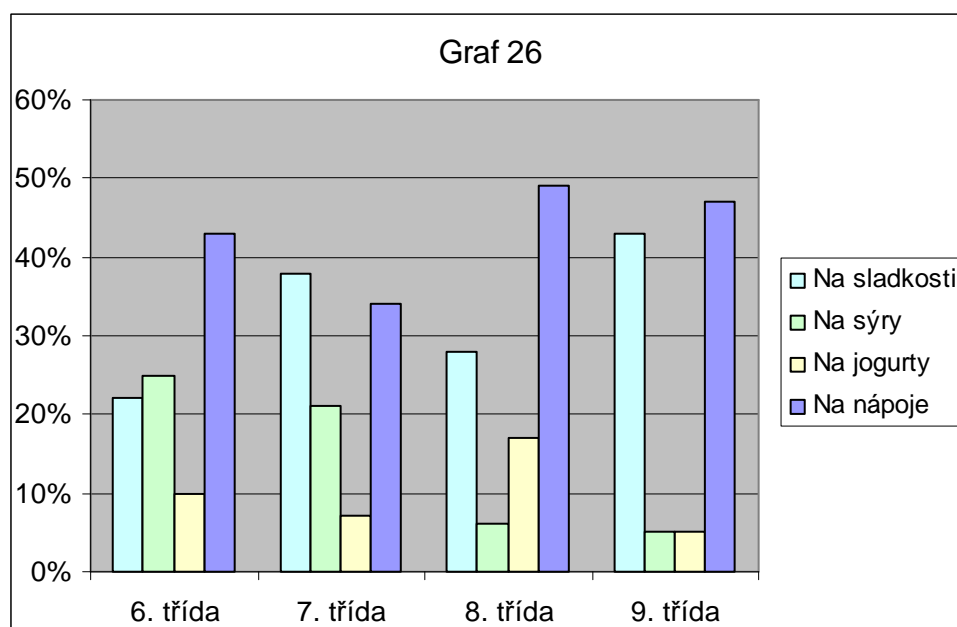


Zdroj: vlastní výzkum

Hodnocení odpovědi na otázku číslo 23 dotazníku

Otázka 23: Jaké reklamy na tebe nejvíce působí?

Z odpovědí na tuto otázku je patrné, že reklamy na sladkosti působí na 22% žáků 6. tříd, 38% žáků 7. tříd, 28% žáků 8. tříd a 43% žáků 9. tříd. 25% žáků 6. tříd, 21% žáků 7. tříd, 6% žáků 8. tříd a 5% žáků 9. tříd označilo reklamy na sýry. Reklamy na jogurty působí na 10% žáků 6. tříd, 7% žáků 7. tříd, 17% žáků 8. tříd a 5% žáků 9. tříd. Na 43% žáků 6. tříd, 34% žáků 7. tříd, 49% žáků 8. tříd a 47% žáků 9. tříd nejvíce působí reklamy na nápoje. Z této otázky je zřejmé, že nejvíce působí a školáky reklama na nápoje, označilo ji 43% dotazovaných (viz. Graf 26).

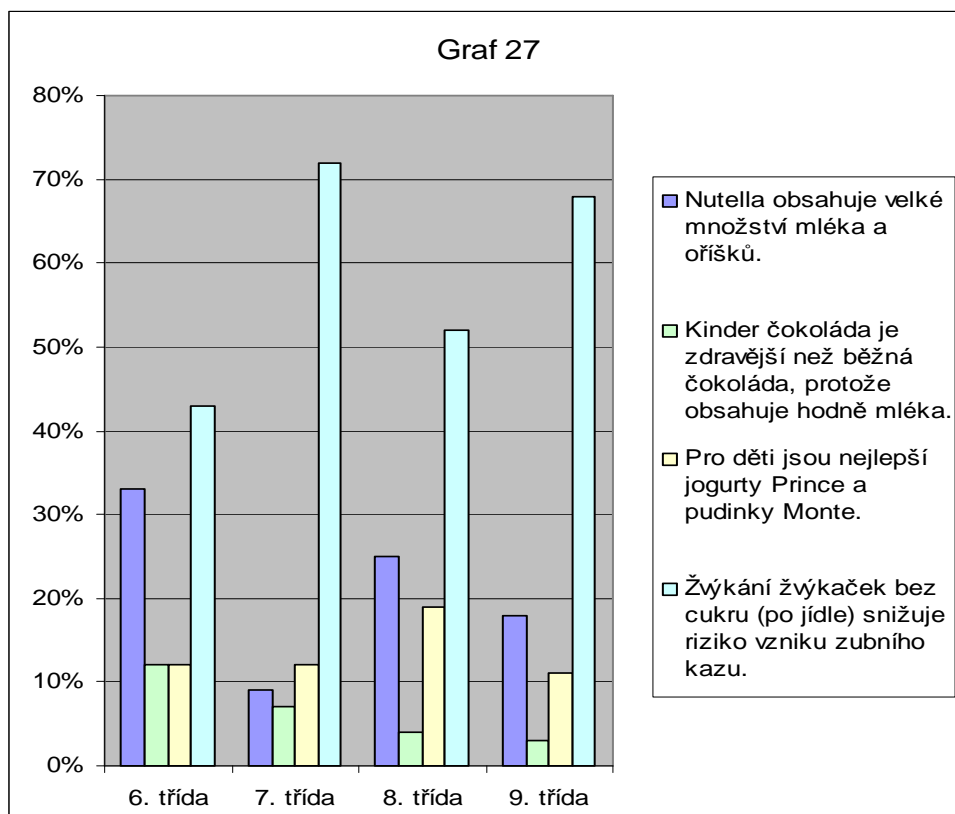


Zdroj: vlastní výzkum

Hodnocení odpovědi na otázku číslo 24 dotazníku

Otázka 24: Jaké tvrzení vyplývající z reklam považuješ za pravdivé?

Z odpovědí na tuto otázku je patrné, že 33% žáků 6. tříd, 9% žáků 7. tříd, 25% žáků 8. tříd a 18% žáků 9. tříd považuje za pravdivé tvrzení „Nutella obsahuje velké množství mléka a oříšků“. „Kinder čokoláda je zdravější než běžná čokoláda, protože obsahuje hodně mléka“ označilo 12% žáků 6. tříd, 7% žáků 7. tříd, 4% žáků 8. tříd a 3% žáků 9. tříd. 12% žáků 6. tříd, 12% žáků 7. tříd, 19% žáků 8. tříd a 11% žáků 9. tříd považovalo za pravdivé tvrzení „ Pro děti jsou nejlepší jogurty Prince a pudinky Monte“. „ Žvýkání žvýkaček bez cukru (po jídle) snižuje riziko vzniku zubního kazu“ označilo za pravdivé 43% žáků 6. tříd, 72% žáků 7. tříd, 52% žáků 8. tříd a 68% žáků 9. tříd. 59% dotazovaných označilo správné tvrzení, že žvýkání žvýkaček bez cukru (po jídle) snižuje riziko vzniku zubního kazu. Nejčastěji správně odpovídali žáci 7. tříd a to 72% (viz. Graf 27).

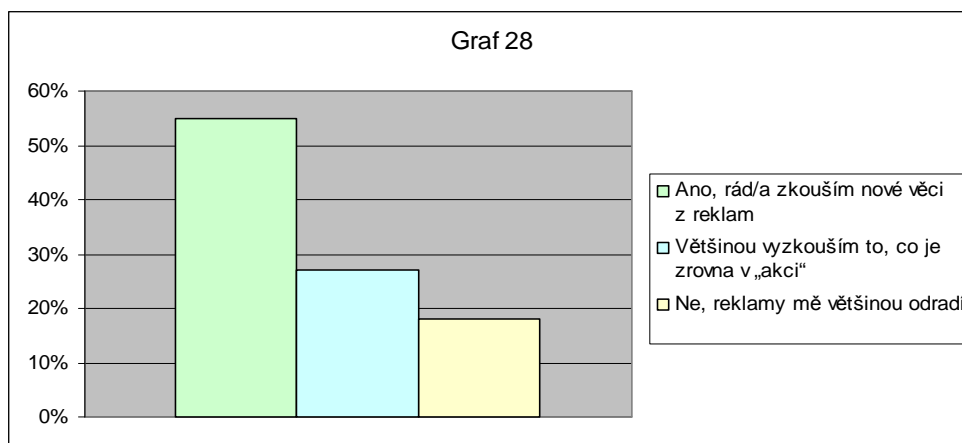


Zdroj: vlastní výzkum

4.3. Celkové hodnocení odpovědí

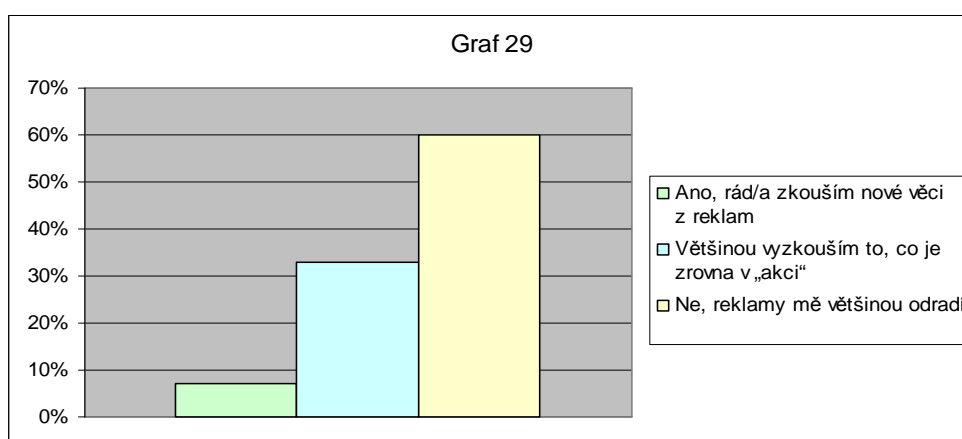
Porovnání otázek 20 a 21 dotazníku

Školáci, kteří rádi sledují reklamy, podle nich zkouší nové věci z reklam, tento údaj potvrzuje 55% dotazovaných. 27% žáků udává, že většinou vyzkouší to, co je zrovna v „akci“ a 18% dotazovaných reklamy od koupě odradí (viz. Graf 28).



Zdroj: vlastní výzkum

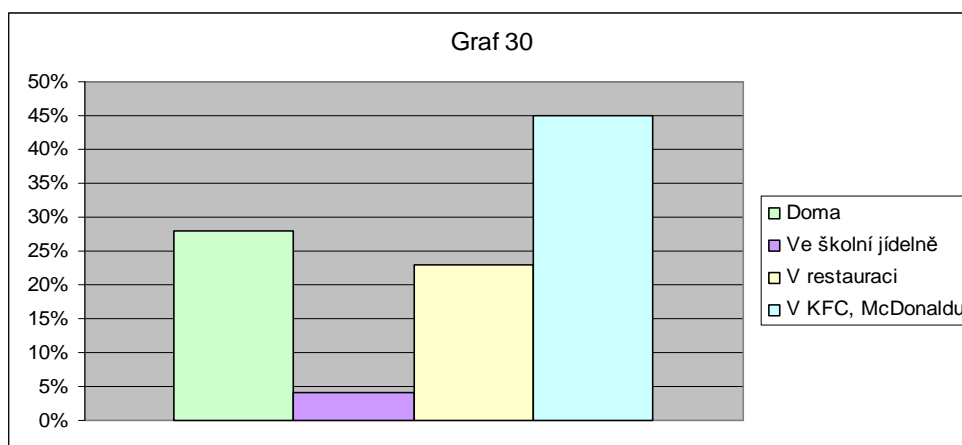
Naopak 60% dotazovaných, kteří odpověděli, že je reklamy nebaví a vždycky je přepnou, udali, že reklamy je od koupě odradí. 33% školáků udává, že většinou vyzkouší to, co je zrovna v „akci“ a 7% dotazovaných zkouší nové věci z reklam (viz. Graf 29).



Zdroj: vlastní výzkum

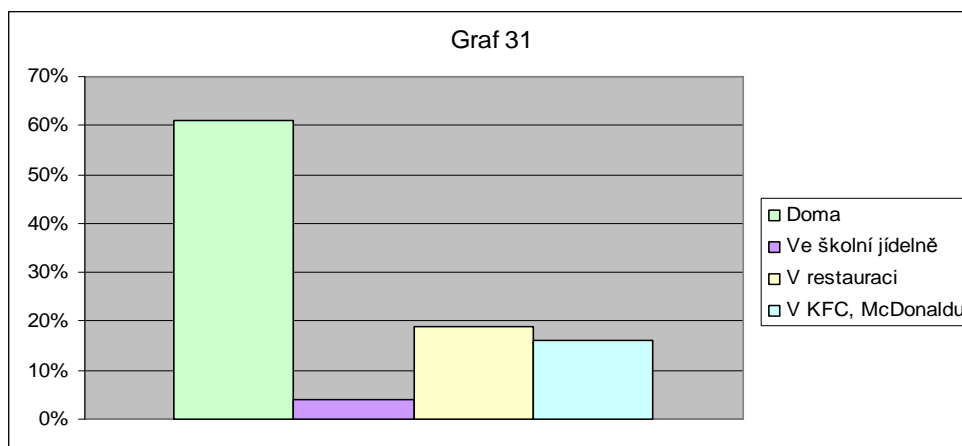
Porovnání otázek 20 a 8 dotazníku

Z otázek 20 a 8 vyplývá, že školáci, kteří rádi sledují reklamy, se nejraději stravují v KFC nebo McDonald's a to 45%. 28% dotazovaných se nejraději stravuje doma, 4% ve školní jídelně a 23% v restauraci (viz. Graf 30).



Zdroj: vlastní výzkum

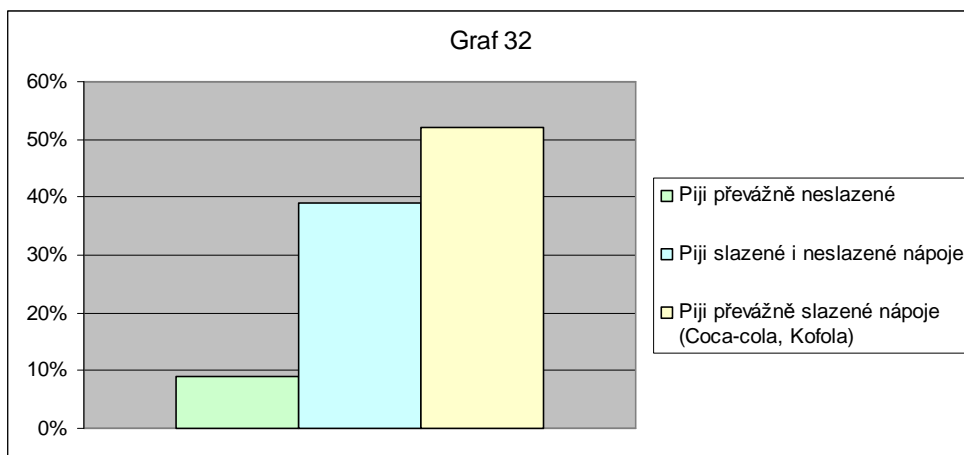
61% dotazovaných, kteří odpověděli, že je reklamy nebaví a vždycky je přepnou, udali, že se nejraději stravují doma. Školní jídelně dávají přednost 4% školáků, 19% upřednostňuje restauraci a 16% KFC nebo McDonald's (viz. Graf 31).



Zdroj: vlastní výzkum

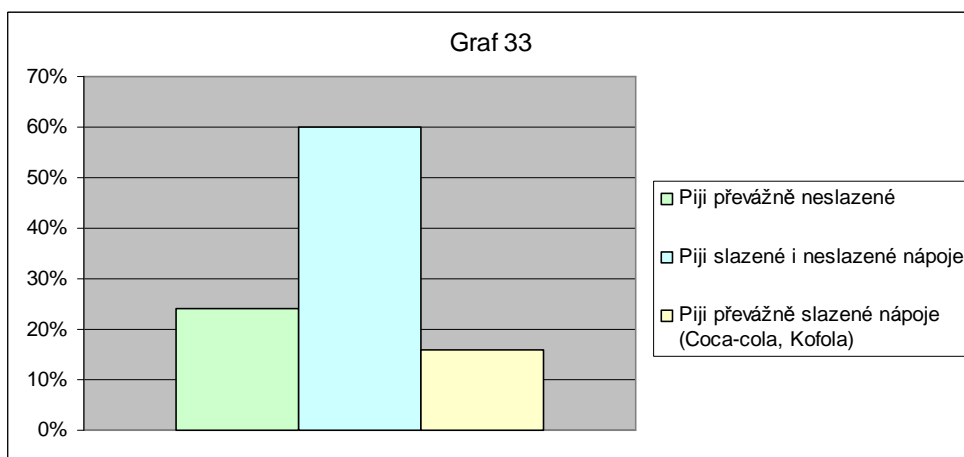
Porovnání otázek 20 a 13

Z otázek 20 a 13 je zřejmé, že dotazovaní, kteří rádi sledují reklamy, pijí převážně slazené nápoje (Coca-cola, Kofola), tento údaj potvrzuje 52% školáků. Slazené i neslazené pije 39% žáků a 9% pije převážně neslazené nápoje (viz. Graf 32).



Zdroj: vlastní výzkum

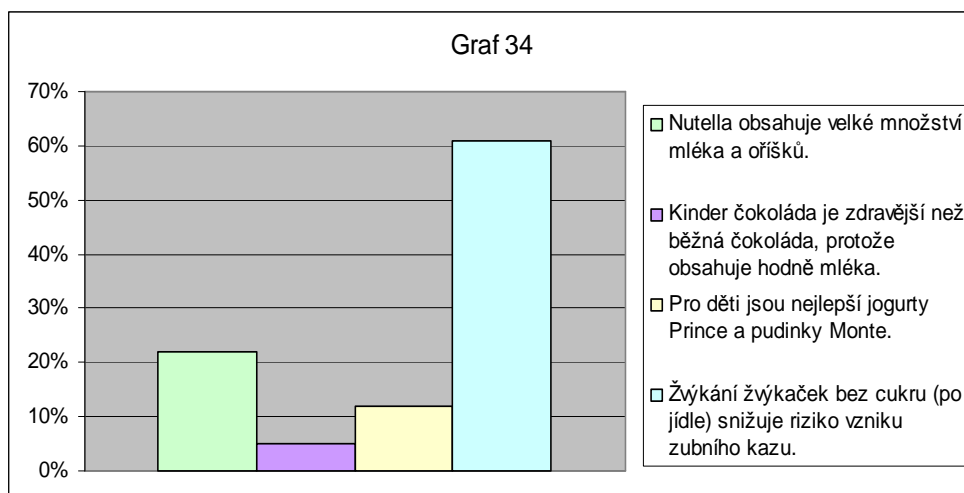
Školáci, kteří odpověděli, že je reklamy nebaví a vždycky je přepnou, pijí slazené i neslazené nápoje a to 60%. 24% dotazovaných udalo, že pijí převážně neslazené nápoje a 16% pije převážně slazené nápoje (viz. Graf 33).



Zdroj: vlastní výzkum

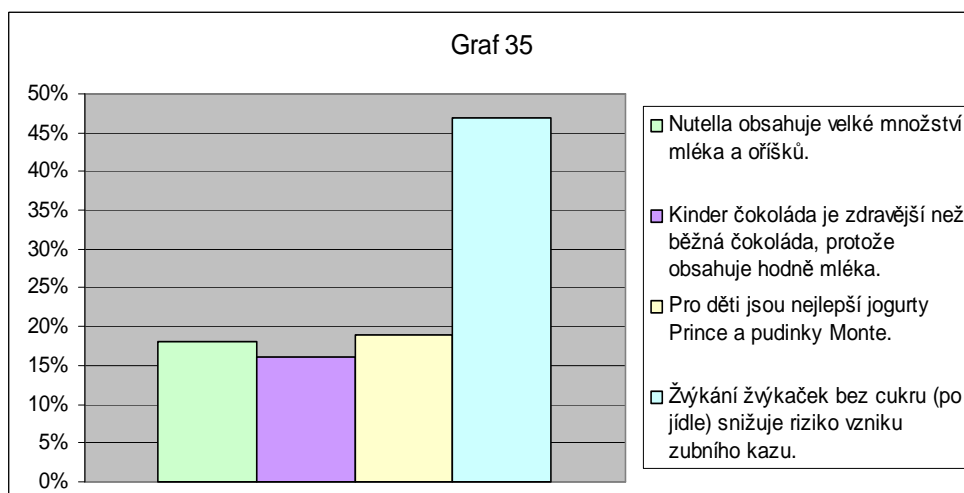
Porovnání otázek 20 a 24

Z otázek 20 a 24 vyplývá, že školáci, kteří rádi sledují reklamy, označili častěji správné tvrzení vyplývající z reklam a to v 61% (viz. Graf 34).



Zdroj: vlastní výzkum

Dotazovaní, kteří udali, že je reklamy nebaví a vždycky je přepnou, označili správné tvrzení vyplývající z reklam méně často než děti, které sledují reklamy (viz. Graf 35).



Zdroj: vlastní výzkum

5. Diskuse

Dotazník, který jsem si pro školáky připravila, byl rozdělen do tří tématických částí podle zaměření otázek. V první části byly otázky orientovány na pravidelnost stravování, způsob stravování, pitný režim. Druhá část měla odhalit, jak velký vliv má reklama na dotazované při výběru potravin. Poslední část byla zaměřena na postoj školáků a jejich rodičů k reklamě, jak oni sami reklamu vnímají.

Z odpovědí na otázky první skupiny, věnované stravování, je zřejmé, že pravidelně snídá 42% školáků, většina dotazovaných snídá doma. V porovnání s výzkumem, který provedlo Fórum zdravé výživy a společnost Unilever v celé České republice vyplývá, že mezi žáky základních škol téměř polovina žáků 6. tříd před odchodem do školy snídá jen někdy nebo vůbec, což nesouhlasí s výsledky mého výzkumu, kde jsem zjistila, že snídá občas nebo vůbec 25% žáků 6. tříd. Alarmující je též, že 23% dotazovaných žáků nesnídá nikdy, častěji chlapci. Z odpovědí na otázku 5 je zřejmé, že 29% školáků si kupuje svačinu samo (66% chlapců). Pokud si školák sám kupuje svačinu, pouhé 1% udává, že si koupí ovoce nebo zeleninu. V porovnání s výzkumem zaměřeným na svačiny dětí v šestých třídách základních škol, který provedla společnost Unilever ve spolupráci s Diabetologickou společností, vyplývá, že převažuje zájem žáků 6. tříd o hamburger, chipsy a sladkosti. Žáci 6. tříd z mého výzkumu nejčastěji udávali, že si koupí na svačinu pečivo, hamburger nebo bagetu. Skoro polovina žáků 9. tříd označila odpovědi bagetu, hamburger nebo oplatky, čokoládu, brambůrky. Z odpovědí na otázku 7 je patrné, že většina dotazovaných žáků obědvá ve školní jídelně. Oběd si kupují sami 2% školáků. Většina žáků se nejraději stravuje doma. KFC a McDonald's upřednostňují školáci, kteří se rádi dívají na reklamy, častěji chlapci (59%). Tyto výsledky nepotvrdily moji hypotézu č. 2. Z odpovědí na otázku 9 plyne, že větší část dotazovaných konzumuje 1-2 kusy ovoce za den a to 49%. Zeleninu konzumuje výjimečně 37% školáků, nejméně žáci 9. tříd. Nejméně jednou denně konzumuje sladkosti 31%, což činí 101 dotázaných. Pitný režim dodržuje většina školáků. 23% dotazovaných pije převážně slazené nápoje (Coca-cola, Kofola), jsou to především školáci, kteří rádi zkouší nové věci z reklam.

Druhá skupina otázek odhaluje vliv reklamy na školáky při výběru potravin. Z otázky 14 je patrné, že 32% dotazovaných nenakupuje čokoládu podle značky, ale podle ceny a 35% školáků dává výhradně přednost značce Milka. Nejoblíbenějšími čokoládovými tyčinkami jsou MilkyWay, Twix, Snickers a Mars. Skoro polovina školáků dává přednost sušenkám Bebe před ostatními. Z otázky 17 je patrné, že nejoblíbenějšími chipsy jsou Bohemia chips, tradiční brambůrky Bohemia, označilo je 58% dotazovaných. Mezi jogurty byla nejčastěji označena Jogobella. Téměř polovina dotazovaných udává, že jim na značce jogurtu nezáleží. Celá skupina těchto otázek potvrdila moji hypotézu č. 1.

Třetí oblast otázek se orientovala na postoj školáků a jejich rodičů k reklamě, jak oni sami reklamu vnímají. Z otázky 20 vyplývá, že 15% dotazovaných sleduje reklamy rádo a také podle nich zkouší nové věci. Tato otázka potvrdila moji poslední hypotézu. Téměř polovina dotazovaných označila, že je reklamy nebaví, ale televizi kvůli nim nepřepínají. Nové potraviny nabízené v reklamách nakupuje 18% dotazovaných, častěji chlapci. Reklamy většinou odradí od koupě 47% školáků a 47% rodičů žáků. 17% rodičů dotazovaných nakupuje potraviny, které znají z reklam a myslí si, že jsou nejlepší. Z otázky 23 vyplývá, že nejvíce působící reklama na školáky je reklama na nápoje, označilo ji 43% dotazovaných. Většina školáků, kteří označili reklamu na nápoje, pijí převážně slazené nápoje (Coca-cola, Kofola). Otázka 24 se týkala pravdivosti tvrzení vyplývajících z reklam. 59% dotazovaných označilo správné tvrzení, že žvýkání žvýkaček bez cukru (po jídle) snižuje riziko vzniku zubního kazu. Paradoxně nejčastěji správně odpovídali žáci, kteří rádi sledují reklamy, nebo je reklama nebaví, ale televizi kvůli nim nepřepínají.

Domnívám se, že tyto údaje jsou alarmující, protože výběr potravin nezapadá do správné životosprávy dětí a potvrzuje se velký vliv reklamy na školáky při výběru potravin.

4. Závěr

Cílem mé práce bylo zjistit vliv reklamy na stravování dětí na základních školách. Práce měla zmapovat způsob stravování dětí a prokázat vliv reklamy při výběru potravin u starších školáků. Tento cíl byl podle mého názoru splněn.

Ve své teoretické části bakalářské práce jsem se pokusila stručně přiblížit rozsáhlou problematiku výživy a stravování dětí, vlivu reklamy na školáky při výběru potravin podle nejnovějších vědeckých poznatků a informace srozumitelnou formou prezentovat. Všechny užití zdroje jsou uvedeny v závěru mé práce.

Hypotéza č. 1 byla potvrzena. Z mého výzkumu vyplynulo, že vliv reklamy na školáky při výběru potravin je velmi vysoký. Většina školáků upřednostňuje výrobky známé z reklam. Podařilo se mi také prokázat, že školáci, kteří rádi sledují reklamy, podle nich nakupují, což potvrdilo moji hypotézu č. 3. Tito školáci častěji nakupují slazené nápoje (Coca-cola, Kofola) a stravují se v KFC a McDonald's. Hypotéza č. 2 nebyla potvrzena. Většina školáků se raději stravuje doma než v restauracích, KFC nebo McDonald's.

Z mého výzkumu dále vyplynulo, že školáci konzumují minimum ovoce a zeleniny, ale sladkostí konzumují nadbytek. Domnívám se, že je důležité uplatňovat preventivní opatření vzhledem k správným stravovacím návykům a vštěpování zásad racionální výživy k věku a možnostem dítěte. Pojetí stravování a motivace k péči o vlastní zdraví se totiž hlavně formuje v dětství.

Ze zdravého dítěte může vyrůst zdravý dospělý.

5. Seznam použitých zdrojů

1. BOLDIŠ, P. *Bibliografické citace dokumentu podle ČSN ISO 690 a ČSN ISO 690-2: Část 1 – Citace: metodika a obecná pravidla*. Verze 3.3. Poslední aktualizace 11.11.2004. 21 s.
2. BOLDIŠ, P. *Bibliografické citace dokumentu podle ČSN ISO 690 a ČSN ISO 690-2: Část 2 – Modely a příklady citací u jednotlivých typů dokumentů*. Verze 3.1. Poslední aktualizace 11.11.2004. 16 s.
3. CRHA, I. – KRÍŽEK, Z. *Jak psát reklamní text*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 1998. 256 s. ISBN 80-7169-308-1.
4. DISMAN, M. *Jak se vyrábí sociologická znalost: Příručka pro uživatele*. 1. vyd. Praha: Karolinum, 2000. 374 s. ISBN 80-7066-822-9.
5. DYLEVSKÝ, I. *Somatologie*. 2. vyd. Olomouc: Epava, 2000. 480 s. ISBN 80-86297-05-5.
6. FRAŇKOVÁ, S. – ODEHNAL, J. – PAŘÍZKOVÁ, J. *Výživa a vývoj osobnosti dítěte*. 1. vyd. Praha: HZ, 2000. 198 s. ISBN 80-86009-32-7.
7. FRAŇKOVÁ, S. *Výživa, tělesné a duševní zdraví, školních dětí a dospívající mládeže*. 1. vyd. Praha: Dr.Josef Raabe, s r.o., 2000. 22 s. ISBN 80-86307-04-2.
8. FRŮHAUF, P. *Fyziologie a patologie dětské výživy*. 1. vyd. Praha: Karolinum, 2000. 62 s. ISBN 80-246-0069-2.
9. GREGORA, M. *Výživa malých dětí*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 2004. 96 s. ISBN 80-247-9022-x.
10. HESKOVÁ, M. *Marketing*. 1. vyd. České Budějovice: Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích. Zemědělská fakulta, 2003. 189 s. ISBN 80-7040-620-8.
11. KEJVALOVÁ, L. *Výživa dětí od A do Z*. 1. vyd. Praha: Vyšehrad, 2005. 160 s. ISBN: 80-7021-773-1.
12. KRCH, D.F. *Bulimie: jak bojovat s přejídáním*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 2000. 120 s. ISBN 80-7169-946-2.
13. NOVÁKOVÁ, E. *Reklama a její regulace: praktická příručka*. 1. vyd. Praha: Linde, 2006. 246 s. ISBN 80-7201-601-6.
14. NEVORAL, J. *Výživa v dětském věku*. 1. vyd. Jinočany: H&H Vyšehradská, 2003. 420 s. ISBN 80-86022-93-5.
15. PIRNEROVÁ, D. Co jí vaše dítě? *Zdraví*, 2004, roč. 52, č. 10, s. 34-35. ISSN 0139-5629.
16. POSTLER, M. *Média v reklamě: televize, rozhlas, tisk*. 1. vyd. Praha: Oeconomica, 2003. 104 s. ISBN 80-245-0629-7.
17. ŠOLTYSOVÁ, T. – KOMÁREK, L. *Receptář správné výživy dětí v mateřských a základních školách*. 1. vyd. Praha: Státní zdravotní ústav, 2002. 71 s. ISBN 80-7071-033-0.
18. VÁGNEROVÁ, M. *Psychologie pro pomáhající profese: Variabilita a patologie lidské psychiky*. 1. vyd. Praha: Portál, 1999. 448 s. ISBN 80-7178-214-9.

19. VELEMÍNSKÝ, M. *Vybrané kapitoly z pediatrie*. 4. vyd. České Budějovice: Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích. Zdravotně sociální fakulta, 2003. 170 s. ISBN 80-86073-13-0.
20. VELEMÍNSKÝ, M., et al. *Vybrané kapitoly z pediatrie*. 5. vyd. České Budějovice: Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích. Zdravotně sociální fakulta, 2005. 136 s. ISBN 80-7040-813-8.
21. VYSEKALOVÁ, J. Reklama jako fenomén současné doby. *Psychologie dnes*, 2004, roč. 10, č. 5, s. 20-21. ISSN 1212-9607.

22. BLAŽKOVÁ, J. Děti a reklama [online]. 2005 [cit. 2007-03-21]. Dostupné z: http://zpravy.idnes.cz/domaci.asp?r=domaci&c=A050318_092656_domaci_mad
23. Desatero výživy [online]. 2006 [cit. 2007-01-11]. Dostupné z: <http://www.vyzivadeti.cz/zdrava-vyziva-deti/desatero-vyzivy-deti.html>
24. Jak děti vnímají reklamu [online]. 2004 [cit. 2007-03-21]. Dostupné z: http://www.duhovakulicka.cz/upload.cs/8/85c7e024_0_duhova_kulicka_2004_monitoring.doc
25. Potravinová pyramida [online]. 2007 [cit. 2007-03-15]. Dostupné z: <http://www.vyzivadeti.cz/zdrava-vyziva-deti/potravinova-pyramida.html>
26. Zdravá výživa a péče o pokožku v dětském věku [online]. 2005 [cit. 2007-02-24]. Dostupné z: http://www.vyzivadeti.cz/data/sharedfiles/grafy/Ke%20stazeni/SESTRY_skripta_Zdrava%20vyziva.doc

6. Klíčová slova

Reklama, vliv reklamy, stravování dětí, správná životospráva školáků.

7. Přílohy

Příloha 1: Reklamní prostředky

Příloha 2: Minerální a stopové prvky

Příloha 3: Výživová pyramida

Příloha 4: Desatero výživy dětí

Příloha 5: Dotazník

Příloha 1:

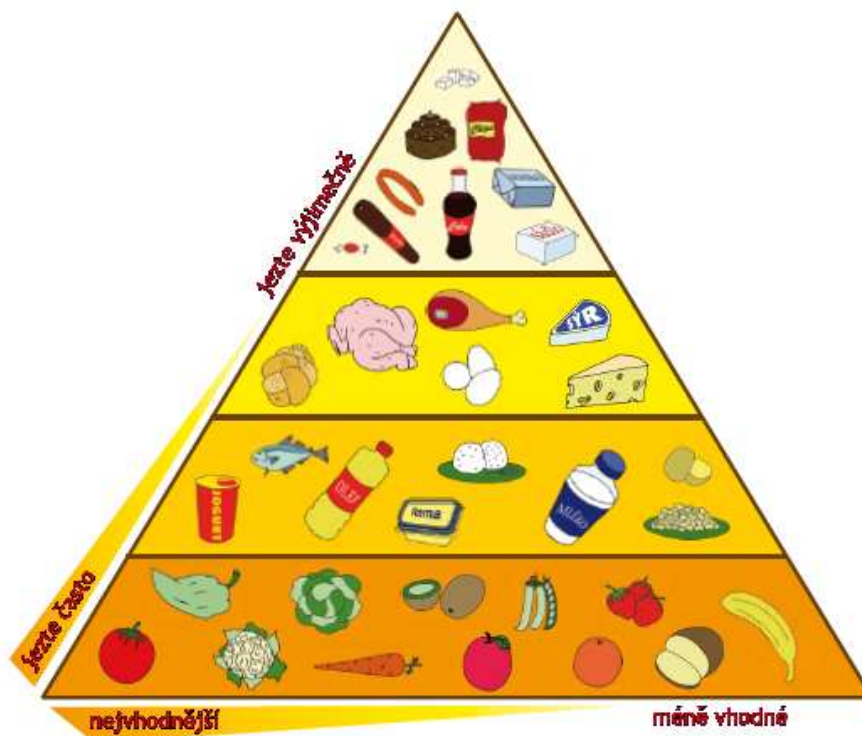
Reklamní prostředky - charakteristiky výhod a nevýhod použití

<i>Druh prostředku</i>	<i>Výhoda</i>	<i>Nevýhoda</i>
Televize	široký dosah celoplošné pokrytí možnost opakovatelnosti působení na smysly	pomíjivost sdělení vysoké celkové náklady dlouhodobý horizont
Rozhlas	operativnost nízké náklady možnost segmentace	nekomplexnost pomíjivost sdělení problém měření zpětné vazby
TIŠTĚNÉ		
Noviny	nízké náklady na oslovení pokrytí místního trhu možnost segmentace vysoká věrohodnost	špatná kvalita reprodukce velká konkurence problém měření zpětné vazby krátká životnost
Časopisy	kvalita a barevnost tisku možnost segmentace možnost se vracet ke sdělení	nedostatečná pružnost dostupnost - vyšší cena
Venkovní reklama	místní pokrytí možnost se vracet ke sdělení flexibilita	kontroverzní akceptace médiá problém bezpečnosti

Příloha 2: Minerální a stopové prvky

Prvek	Doporučená denní dávka	Zdroj	Funkce	Příznaky nedostatku
Vápník	300-500 mg děti, dospívající a dospělí 800-1000 mg	Mléko, mléčné výrobky, brokolice, celer, hrášek, pórek, lístkové oříšky	Je součástí kostí, zubů, prevence osteoporózy	Odvápnění kostí
Fosfor	Děti do 700 mg, dospívající a dospělí 800-900 mg	Mléko, maso, vejce, kvasnice, luštěniny	Podporuje tvorbu kostí, zubů, přeměna živin	Odvápnění kostí, únava svalů
Sodík	Nebyla stanovena přesně; doporučuje se cca 180-550 mg pro děti a 450-550 mg pro dospělé	Kuchyňská sůl (na den cca 3-5 g, podle doporučení WHO)	Podporuje stálost vnitřního prostředí	Únava, nechutenství, křeče
Draslík	1-3 g děti, 2-6 g dospělí	Celer, kapusta, květák, zelené fazolky, ananas, hroznové víno	Podporuje přeměnu bílkovin a sacharidů, snižuje krevní tlak	Svalová ochablost
Železo	8-15 mg děti, 10-12 mg dospělí	Játra, maso (hlavně červené), žloutek, ovoce, zelenina	Je součástí krevního barviva hemoglobinu	Chudokrevnost
Hořčík	Do 100 mg děti, 300-350 mg dospělí	Listová zelenina, obiloviny, luštěniny, minerální vody	Je součástí kostí, aktivátorem enzymů	Poruchy svalové činnosti, nespavost, únava
Jód	40-120 µg děti, 150-200 µg dospělí	Mořská voda, sůl	Je součástí hormonu štítné žlázy	Poruchy činnosti štítné žlázy
Fluor	1 mg	Fluoridovaná pitná voda, mořské ryby	Podporuje tvorbu kostí, zubů	Vznik zubního kazu
Měď	Nebyla stanovena přesně; doporučuje se do 2 mg u dětí a 1,5-3 mg u dospělých	Vaječný bílek, maso	Je součástí enzymů, podporuje tvorbu vlasů	Chudokrevnost
Zinek	15 mg	Zelenina, luštěniny	Podporuje látkovou přeměnu, hojení ran	Vypadávání vlasů, nechutenství

Příloha 3: Výživová pyramida



Jak s pyramidou pracovat:

- v základně jsou vyznačeny potraviny, které by děti měly jíst nejčastěji, čím výše jsou potraviny umístěny, tím méně by jich mělo v jídelníčku být. Na vrcholu jsou pak ty, které bychom měli my i naše děti jíst spíše výjimečně,
- směrem zleva doprava v rámci jednoho „patra“ pyramidy jsou potraviny řazeny podle toho, které jsou pro zdravou výživu vhodnější; přednost bychom měli dávat potravinám umístěným vlevo před těmi uprostřed nebo vpravo,
- množství stravy je také nutné přizpůsobit fyzické aktivitě dítěte (sportující dítě potřebuje více energie než dítě, které tráví většinu dne u počítače nebo televize).

Na co bychom neměli zapomínat:

- strava by měla být co nejpestřejší a vyvážená
- děti do 4 let by měly jíst denně 4 porce **zeleniny a ovoce**; nad 4 roky 5 – 6 porcí. Jedné porci odpovídá 150 g vařené zeleniny, 1 kus ovoce nebo zeleniny, miska salátu, 1 sklenice zeleninové nebo ovocné šťávy,
- **obiloviny, těstoviny, rýže a pečivo** (u starších dětí by mělo převažovat celozrnné nad bílým) by měly být v 2 – 3 porcích do 4 let; u dětí starších 3 – 4 porce. Jedna porce je krajíc chleba, kopeček rýže atd.,
- v jídelníčku dětí by mělo být dostatečné množství **mléčných výrobků** odpovídající asi 2 – 3 porcím denně. Jednu porci představuje 250 ml mléka, 1 jogurt nebo 50 g sýra,
- přednost má **maso** libové, více bychom měli dětem podávat světlé druhy, jako je kuřecí nebo králičí a nezapomínat také na ryby,
- k vaření, přípravě pomazánek a k namazání na pečivo používejte převážně kvalitní **rostlinné tuky a oleje**,
- pokrmy pro děti by se **neměly přisolovat**, kvůli vysokému obsahu soli je dobré omezit také instantní potraviny a jídla ze stánků a restaurací rychlého občerstvení,
- děti by měly dodržovat **pitný režim**. Děti do 6 let by měly vypít 1,5 – 1,8 l za den, starší děti pak 1,8 – 2 l, pokud ale dítě sportuje, je třeba mu dodávat tekutinu více.

Příloha 4

Desatero výživy dětí

1. Dopřejte dětem pestrou a rozmanitou stravu, bohatou na ovoce a zeleninu, celozrnné potraviny, mléčné výrobky, drůbež a ryby.
2. Nenechte děti se přejídat, ale ani hladovět – jíst by měli pravidelně 5 – 6x denně, velikost porce přizpůsobte jejich růstu, hmotnosti a pohybové aktivitě.
3. Dodávejte dětem pravidelně kvalitní zdroje bílkovin (drůbeží a rybí maso, luštěniny, cereálie).
4. Několikrát denně dětem podávejte mléčné výrobky, upřednostňujte polotučné.
5. Dávejte přednost kvalitním rostlinným tukům a olejům před živočišnými tuky.
6. Učte děti střídmosti v konzumaci cukrovinek, sladkostí a slazených nápojů.
7. Nedosolujte už hotové pokrmy, sůl a solené potraviny dětem nabízejte jen výjimečně.
8. Naučte děti správnému pitnému režimu, měly by vypít alespoň 1,5 až 2,5 litru tekutin denně.
9. Učte děti zdravému způsobu života svým vlastním příkladem a aktivně se zajímejte o to, co jedí mimo domov.
10. Pravidelně konzultujte zdravotní stav dítěte (hladinu cholesterolu, krevního tlaku, nadváhu aj.) s jeho praktickým lékařem.

Příloha 5

DOTAZNÍK

Dobrý den,

jmenuji se Michaela Čerstvá a jsem studentkou 3. ročníku Zdravotně sociální fakulty v Českých Budějovicích. Pro svoji závěrečnou bakalářskou práci jsem si vybrala téma: „Vliv reklamy na stravování dětí“. Dotazník je určen dětem od 6. do 9. třídy. Jestliže se nacházíš v této věkové kategorii, ráda bych tě požádala o jeho vyplnění. Dotazník je anonymní a výsledky budou využity v mé bakalářské práci.

Vybranou odpověď zakroužkuj, popřípadě doplň.

Za vyplnění dotazníku předem děkuji!

1. Pohlaví: a) dívka
 b) chlapec

2. Třída: a) 6. třída
 b) 7. třída
 c) 8. třída
 d) 9. třída

3. Jak často: Snídáš? pravidelně.....občas.....nikdy
 Svačíš? pravidelně.....občas.....nikdy
 Obědváš? pravidelně.....občas.....nikdy
 Svačíš? pravidelně.....občas.....nikdy
 Večeříš? pravidelně.....občas.....nikdy

4. Snídám: a) doma
 b) ve škole
 c) nesnídám

5. Svačinu: a) dostávám doma
 b) kupuji si sám/a
 c) nesvačím

6. Pokud si svačinu kupuješ sám/a, koupíš si?
 - a) bagetu, hamburger
 - b) pečivo
 - c) ovoce, zeleninu
 - d) oplatky, čokoládu, brambůrky
 - e) jogurt, mléčné výrobky

7. Obědvám:
- a) doma
 - b) ve školní jídelně
 - c) oběd si kupuji sám/a
8. Kde se nejraději stravuješ?
- a) doma
 - b) ve školní jídelně
 - c) v restauraci
 - d) v KFC, McDonald's
9. Jaké množství ovoce za den sníš?
- a) maximálně 1 kus
 - b) 1-2 kusy
 - c) nejméně 3 kusy
10. Jak často jíš zeleninu?
- a) nejméně jednou denně
 - b) několikrát týdně
 - c) výjimečně
11. Jak často jíš sladkosti?
- a) nejméně jednou denně
 - b) několikrát týdně
 - c) výjimečně
12. Tekutiny:
- a) vypiji asi 2-3 litry za den
 - b) vypiji 1-2 litry za den
 - c) vypiji maximálně 1 litr za den
13. Tekutiny:
- a) piji převážně neslazené nápoje
 - b) piji slazené i neslazené nápoje
 - c) piji převážně slazené nápoje (Coca-cola, Kofola)
14. Když máš chuť na čokoládu, vybereš si:
- a) nějakou levnou čokoládu, na značce mi nezáleží
 - b) Studentská pečeť
 - c) Milka
 - d) Kinder čokoláda
 - e) Jiné (jaké?)

15. Když máš chuť na čokoládovou tyčinku, vybereš si:
- a) nějakou levnou tyčinku, na značce mi nezáleží
 - b) MilkyWay, Twix, Snickers, Mars
 - c) KinderBueno, Kinder mléčný řez (Maxi King, Pingu)
 - d) Deli, 3 Bit
 - e) Jiné (jaké?)
16. Když máš chuť na sušenky, vybereš si:
- a) nějaké levné sušenky, na značce mi nezáleží
 - b) Disko, Diskito
 - c) sušenky Bebe
 - d) Kolonáda, tatranky, horalky
 - e) Jiné (jaké?)
17. Když máš chuť na chipsy, vybereš si:
- a) nějaké levné chipsy, na značce mi nezáleží
 - b) Bohemia chips, tradiční brambůrky Bohemia
 - c) Lays
 - d) Chio chips
 - e) Jiné (jaké?)
18. Jakému jogurtu dáváš přednost:
- a) je mi to jedno
 - b) Prince
 - c) Activia
 - d) Jogobella
 - e) Jiný (jaký?)
19. Jaké jogurty kupují rodiče:
- a) ty, které mám nejraději
 - b) ty, které jsou levné
 - c) ty, o kterých si rodiče myslí, že jsou nejzdravější
20. Sleduješ rád/a reklamy?
- a) ano, baví mě
 - b) nebaví mě, ale televizi kvůli nim nepřepínám
 - c) nebaví mě a vždycky je přepnu
21. Kupuješ si nové potraviny nabízené v reklamách?
- a) ano, rád/a zkusím nové věci z reklam
 - b) většinou vyzkouším to, co je zrovna v „akci“
 - c) ne, reklamy mě většinou odradí

22. Nakupují rodiče potraviny, které znají z reklamy?

- a) ano, myslí si, že jsou nejlepší
- b) ano, když jsou zrovna v „akci“
- c) ne, reklamy rodiče většinou odradí

23. Jaké reklamy na tebe nejvíce působí?

- a) na sladkosti
- b) na sýry
- c) na jogurty
- d) na nápoje

24. Jaké tvrzení vyplývající z reklam považuješ za pravdivé?

- a) Nutella obsahuje velké množství mléka a oříšků.
- b) Kinder čokoláda je zdravější než běžná čokoláda, protože obsahuje hodně mléka.
- c) Pro děti jsou nejlepší jogurty Prince a pudinky Monte.
- d) Žvýkání žvýkaček bez cukru (po jídle) snižuje riziko vzniku zubního kazu.