

Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích
Pedagogická fakulta
Katedra pedagogiky a psychologie



Diplomová práce

NEGATIVNÍ VLIV PŮSOBNÍ MÉDIÍ NA MLÁDEŽ

Knihovna JU - PF



3115174587

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

Autor práce: Kateřina Ziková

Studijní obor: 1. stupeň ZŠ

Prohlášení

Prohlašuji, že jsem diplomovou práci na téma „Negativní vliv působení médií na mládež“ vypracovala samostatně s využitím pramenů, které uvádím v příloženém seznamu literatury.

V Českých Budějovicích dne 24.dubna 2006

Kateřina Šiková

Poděkování

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

Mé další poděkování patří třídním učitelkám základních škol, které mi pomohly a umožnily provést výzkumné šetření v jejich třídách a samozřejmě také žákům, kteří dotazníky vyplňovali.

V neposlední řadě bych také ráda poděkovala mé rodině a příteli, kteří mi byli tou největší oporou.

ANOTACE

Tato diplomová práce se zabývá působením médií na děti a mládež zejména v tom negativním smyslu. Práce je rozdělena na teoretickou a praktickou část.

Teoretická část pojednává o poznatcích týkajících se médií v obecné míře. Je zde popsána jejich hlavní role a funkce ve společnosti, různé negativní vlivy na naši nejmladší populaci a v závěru první části nezbytné rady, jak postupovat při uplatňování mediální výchovy.

V praktické části jsou do grafů rozpracovány dotazníky získané výzkumným šetřením na základních školách od celkem 101 respondentů. Šetření bylo provedeno za účelem zmapování toho, jak respondenti nahlíží na média, jež je obklopují a jaký na ně mají média vliv. Výsledky výzkumného šetření jsou graficky znázorněny a vyhodnoceny.

ANNOTATION

This thesis is focused on the influence of media on children and youth especially in negative way. The paper is divided into theoretical and practical parts.

Theoretical part deals with information on media in general. There is their main role in society described including their different negative impacts on the youngest population and, in the end the first part, there are essential advices how to act in medial education assertion.

In practical part, there are results and graphs from survey on 101 pupils of basic schools. The investigation was done to find out how the respondents see the media surrounding them and what impact do they have on them. All results of research inquiry are graphically depicted and evaluated.

OBSAH

1 ÚVOD.....	7
2 TEORETICKÁ ČÁST.....	9
2.1 OBEČNÁ SPECIFIKA MÉDIÍ.....	9
2.1.1 Periodizace vývoje lidské komunikace.....	9
2.1.2 Vynález knihtisku.....	10
2.1.3 Historická fakta.....	10
2.1.4 Pojem média.....	11
2.1.5 Mediologie.....	11
2.1.6 Média - rozdělení.....	12
2.1.7 Masová média.....	12
2.1.8 Masový tisk.....	13
2.1.9 Média a internet.....	14
2.1.10 Média - jejich postavení ve společnosti.....	15
2.1.11 Média a budoucnost.....	15
2.1.12 Proces mediace.....	16
2.1.13 Funkce médií.....	16
2.1.14 Média a jejich účinky.....	17
2.1.15 Moc a vliv médií.....	20
2.1.16 Média - zdroj informací a zábavy.....	20
2.1.17 Publikum médií a jeho specifické rysy.....	20
2.1.18 Typy publika.....	21
2.1.19 Získávání publika médii.....	22
2.1.20 Význam moderátorů a osobností.....	22
2.2 PŮSOBENÍ MÉDIÍ NA DĚTI A MLÁDEŽ.....	23
2.2.1 Vliv obrazovky.....	23
2.2.2 Obrazovka - náhradní život.....	24
2.2.3 Zkreslený a ochuzený obraz světa.....	24
2.2.4 Negace v užívání médií.....	25
2.2.5 Úloha peněz a reklama.....	25
2.2.6 Kýč na obrazovce.....	26
2.2.7 Senzace a skandály.....	27
2.2.8 Násilí na obrazovce.....	27
2.2.9 Je třeba regulovat násilí na televizní obrazovce?.....	29
2.2.10 Pornografie na obrazovce.....	33
2.2.11 Média a terorismus.....	33
2.2.12 Reality show - ano či ne.....	34
2.2.13 Jsou pokuty na místě?.....	35
2.2.14 Není úniku.....	37
2.2.15 Nebezpečí počítačových her.....	38
2.2.16 Rodina a televize.....	39
2.2.17 Děti a televize.....	40
2.2.18 Zdravotní následky.....	40
2.3 VÝCHOVA VE VZTAHU K MÉDIÍM.....	41
2.3.1 Aktuální otázky.....	41

2.3.2 Je řešením zakázat dětem televizi?	42
2.3.3 Jak postupovat při učení se užívat média	42
2.3.4 Jak ovládnout obrazovku	43
2.3.5 Televize - odměřování	45
2.3.6 Dívá se celá rodina.....	45
2.3.7 Sledování televizních zpráv	46
2.3.8 Učitel a mediální výchova	46
3 PRAKTICKÁ ČÁST	48
3.1 VÝZKUMNÉ ŠETŘENÍ	48
3.1.1 Cíl výzkumného šetření	48
3.1.2 Způsob výzkumného šetření	48
3.1.3 Prostředí výzkumného šetření.....	49
3.1.4 Zhodnocení výzkumného šetření	50
3.2 SHRUTÍ	94
4 ZÁVĚR	95
SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY	97
PŘÍLOHY	98

1 ÚVOD

Média jsou věčným a ve všech směrech stále vděčným tématem pro jakoukoli diskusi. Od prvotního vzniku každého z nich jsou neustále kolem nás, nelze je nijak přehlížet a utéct před nimi, ale proč taky? Vždyť jsou tady přece pro nás a kvůli nám! Bohužel ale velkým problémem dnešní společnosti je jejich převážně negativní vliv na kohokoli z nás a zejména na ty nejmladší, na děti.

V této práci je poukazováno hlavně na ty negativní stránky médií, kterých rozhodně není málo. Pravdou je, že média nám v mnoha směrech usnadňují život a jsou nám nápomocná, ale někdy je té pomoci až příliš. Většina z nás si v současné době nedovede svůj život bez masových médií vůbec představit a mnozí jsou na nich přímo chorobně závislí. A tady už potom hrozí velké nebezpečí, že nás média svým působením doslova pohltí, pomalu zničí a nakonec i zahubí. Aby k tomu nikdy nedošlo, je nutné, abychom proti tomu bojovali. Nejdůležitější je začít právě u dětí a již v raném dětství v nich vypěstovat zdravý návyk na technické vymoženosti, jež je obklopují. Naučit je, jak s nimi zacházet a jak je používat. Zejména je ale také naučit to hlavní a nejdůležitější, což je umět si říci dost a převážnou část svého volného času věnovat raději zálibám a koníčkům, které žádným způsobem neohrožují jejich vývoj tak, jako to dokážou právě média.

Tato práce je rozdělena do dvou částí. První část je teoretická a pojednává o médiích obecnou formou s cílem seznámit se základními fakty týkajícími se mediální problematiky z různých pohledů. V kapitole 2.2 „Působení médií na děti a mládež“ je poukazováno na negativa a různá nebezpečí pramenící z mediálního působení, kterému děti tak lehce podléhají. Zabývám se zde také v dnešní době velmi diskutovaným tématem, který se týká fenoménu reality show a který zasáhl bohužel i naše nejmladší. Naštěstí již v dnešní době existuje mnoho publikací a tedy i způsobů, jak se tomuto ohrožení úspěšně bránit. Je však nutné především chtít a hlavně u dětí začít včas, aby se něco nezanedbalo již v počátku. Uplatňování těchto důležitých opatření je popsáno v kapitole 2.3 „Výchova ve vztahu k médiím“.

Druhá část této práce je praktická a zabývá se výzkumným šetřením postaveném na základě vyhodnocení zpracovaných dotazníků. Dotazníky týkající se problematiky médií a jejich sledování v domácnostech jsem nechala vyplnit zároveň na dvou základních školách vždy ve druhé a čtvrté třídě.

Mým cílem bylo v této práci alespoň z části postihnout tuto neustále diskutovanou problematiku, abych nejenom já měla určité povědomí o tom, co všechno média dokážou a co je nutné udělat pro to, aby zcela neovládla životy naše a ani životy našich budoucích generací.

2 TEORETICKÁ ČÁST

2.1 OBECNÁ SPECIFIKA MÉDIÍ

2.1.1 Periodizace vývoje lidské komunikace

Autoři DeFleur a Ball-Rokeach se ve svých pracích pokusili o periodizaci vývoje lidské komunikace podle převažujícího způsobu dorozumívání v daném období. „Rozlišili pět základních etap ve vývoji lidské komunikace:

1. epochu znamení a signálů
2. epochu mluvení a jazyka
3. epochu psaní
4. epochu tisku
5. epochu masové komunikace

Tyto epochy nepředstavují střídání jednotlivých způsobů komunikace, nýbrž jejich přidávání ke stávajícím komunikačním možnostem uživatelů. V každé následující epoše se tak v nejrůznější podobě a s nejrůznější funkcí uchovávají média z předcházejících epoch“ (viz [1], strana 18).

Podle kanadského autora Marshalla McLuhana je vývoj komunikace podle převládajícího média v jeho knize *The Gutenberg Galaxy* (Gutenbergova galaxie) z roku 1962 rozdělen do čtyř období:

- 1) období orální kmenové kultury - popisuje ho jako „svět ucha“ = dobu akustického prostoru
- 2) období psané kultury - rukopisů, fonetické písmo nahrazuje akustické vnímání vnímáním vizuálním
- 3) období s tištěnou knihou - stala se jak prvním masovým výrobkem, tak i prvním uniformním, opakovatelným konzumním zbožím
- 4) období nástupu elektřiny - tím končí Gutenbergova galaxie

Mnoho teoretiků převzalo McLuhanovo dělení, ovšem už s tím vědomím, že posledním stupněm ve vývoji zatím není nástup elektřiny, nýbrž rozvoj „nových médií“. Například Werner Faulstich se pokusil jednotlivá období určit i časově [2]:

1. fáze A - primární média nebo lidé jako médium (lidské médium bylo médiem malých skupin), období trvá do roku 1500
2. fáze B - sekundární nebo tištěná média (byla zpočátku individuální a později masová), období 1500 - 1900
3. fáze C - terciární neboli elektronická média (převážně masová), období 1900 - konec 20. století
4. fáze D - kvartární neboli digitální média, období od konce 20. století

2.1.2 Vynález knihtisku

Johannes Gensefleisch zur Laden, zvaný Gutenberg (1397 - 1468) se narodil v Mohuči. Tady kolem roku 1450 vynalezl pomocí pohyblivých písmen tisk. V roce 1452 začal tisknout svoji Bibli, což dokončil zřejmě za tři roky. Už tenkrát bylo pro rozvoj nových médií potřeba velkého kapitálu. Bible byla vytištěna v latině, sázelo ji šest sazečů a tiskla se na šesti tiskařských listech.

Snaha vyrábět kopie jednoho napsaného sdělení provází lidstvo již po dlouhá staletí. Před Gutenbergem se jednalo především o tisk z dřevěných desek. Ty se ale těžce zhotovovaly, složitě se opravovaly a brzy se opotřebovávaly.

První pokusy o tisk se objevily v Číně kolem roku 1040, kde se jako materiál využíval porcelán a potom v Koreji ve 13. století, kde užívali kovová litá písmena.

Až teprve Gutenbergův vynález však podstatně přispěl k utváření národních kultur a jazyků.

2.1.3 Historická fakta

- První film byl u nás natočen v roce 1898 Janem Kříženeckým.
- V roce 1923 začal vysílat rozhlas.
- Televizní vysílání bylo zahájeno v roce 1953.
- V roce 1959 byla oficiálně založena Československá televize.
- Po roce 1969 byly zahájeny přípravy na vysílání barevné televize.
- Roku 1977 se na trhu objevily mikropočítače.
- Až po roce 1989 se u nás objevily první soukromé komerční stanice.

2.1.4 Pojem média

Tento pojem patří k nejpoužívanějším pojmům současnosti. O médiích často mluví a píší v nejrůznějších souvislostech psychologové, sociologové, novináři i politici. A myslí tím především tisk, rozhlas, televizi, popřípadě média založená na digitálním zpracování a přenosu dat, která se nejasně označují jako „nová“.

Význam pojmu média je ale daleko širší. Slovo *médium* vychází z latiny a znamená prostředek, prostředníka, zprostředkující činitel - tzn. to, co něco zprostředkovává či zajišťuje. S tímto pojmem se můžeme setkat ve fyzice, chemii, biologii, výpočetní technice. Právě ty obory, které se zabývají různými projevy mezilidské, sociální komunikace, označují pojmem *médium* / *média* to, co zprostředkovává někomu nějaké sdělení, tedy *médium komunikační*.

I při omezení slova *médium* / *média* na oblast mezilidské, sociální komunikace nelze přehlédnout, že může nabývat mnoho dalších významů a že je uživateli také v různých významech používáno.

Například se jím někdy myslí technologie, které zajišťují produkci, přenos a příjem sdělení (počet televizorů na jednu domácnost). V jiném případě se pod tímto pojmem skrývají lidé, kteří produkují mediální obsahy (každou chvíli se něco nepodaří před médii utajit).

Komunikaci ale zprostředkovává daleko víc médií než jenom tisk, rozhlas a televize. Někdy se za médium pokládá i přirozený jazyk, čeština, tedy kód, který se při komunikaci používá.

2.1.5 Mediologie

Mediologie se zabývá studiem médií. Je samostatnou disciplínou, vnitřně uspořádanou do dvou doplňujících se, ale odlišných směrů:

a) teorie masové komunikace

- historicky starší
- vychází ze sociologického zkoumání masových médií a masové komunikace
- jako sociálněvědní disciplína se začala ustavovat ve 30. a 40. letech 20. století, kdy sociolog Paul Felix Lazarsfeld, označovaný za jejího zakladatele, zahajoval sérii svých komunikačních výzkumů

b) mediální studia

- jsou inspirovaná nejen poznatky teorie masové komunikace a jejich kritickým zhodnocením, ale především rozvojem kulturních studií od přelomu padesátých a šedesátých let 20. století
- začala se ustavovat na základech masové komunikace a inspirací kulturními studii, což představuje pro zkoumání médií a výklad jejich role v životě jedince i společnosti významný posun
- historie kulturních studií je spojena s pracemi Raymonda Williamse a Richarda Hoggarta

2.1.6 Média - rozdělení

Dělení komunikačních prostředků:

- a) primární komunikační média - kódy, tj. soustavy znaků a pravidel pro jejich používání
- b) sekundární komunikační média - obrázky, písmo, tisk, nejrůznější prostředky mechanického, analogového či digitálního nahrávání, kouřové signály, vlajkové abecedy, telefon, počítačové komunikační sítě, tj. prostředky snažící se o záznam a přenos sdělení

Dělení podle počtu subjektů:

- 1) interpersonální média - slouží k dorozumívání mezi dvěma jednotlivci vnímajícími se navzájem jako jedinečná individua; např. dopisy, poselství, telegraf, telefon, emailové vzkazy
- 2) masová média

2.1.7 Masová média

Masová média slouží celospolečenské komunikaci zpravidla mezi jedním výchozím bodem a blíže neurčeným vysokým počtem bodů cílových. Nepodporují vysílání a přijímání sdělení na obou stranách a svou podstatou staví jednoho účastníka do role vysílatele a druhého do role příjemce (početná skupina lidí). Masovými médii jsou

například noviny, časopisy, knihy, pozemní, kabelové a satelitní televizní i rozhlasové vysílání, film, kompaktní disky, magnetofonové nahrávky, internetové deníky a časopisy, rozhlasové a televizní vysílání po internetu.

Masová média podávají na základě určitých pravidel svědectví o světě, se kterým nemají či nemusí mít příjemci vlastní zkušenost (ve zpravodajství, publicistice). Dále přesvědčují o tom, jak je výhodné nebo správné to určité chování (v reklamě, zpravodajství, dramatu, zábavě) a také přesvědčují o platnosti hodnot a norem.

Masová média jako vyjednávači mohou umožňovat vyjasnění názorů a stanovisek (v komentářích, diskusních pořadech). Mimo to ještě baví svoje publikum, ale přitom jej ještě mohou také poučovat či vzdělávat.

2.1.8 Masový tisk

Jako masový tisk jsou označovány noviny a časopisy, které se od třicátých let 19. století obracely na stále početnější čtenářské skupiny gramotných, ale spíše méně vzdělaných čtenářů. Masové listy jsou noviny, které se rozšiřovaly především pouličním prodejem (díky kamelotům nebo kiosků) a skoro vůbec formou předplatného. Tyto masové listy byly určeny pro masového čtenáře.

Podstatným znakem tohoto tisku je také vysoký náklad, nápadná grafická úprava (velké a výrazné titulky a fotografie), specifický obsah (kriminální příběhy, sex, politika zpracovaná zábavnou formou) a stylizace (krátké texty, jednoduchá větná skladba, hojně využívaný vulgární slovník), která odpovídá možnostem a gustu masového čtenáře.

Na rozdíl od seriózního tisku byla také pro masový tisk typická nižší prodejní cena.

„V 19. století se pro tento tisk vžil v USA a Velké Británii pojem „penny press“, v německy mluvících zemích „Groschenpresse“, v českých zemích „šestákový tisk“ (někdy i „krejcarový“)“ (viz [2], strana 30). Tato označení evokují lacinost a jsou odvozena od nejmenší mince, za kterou byly listy prodávány.

Mezi první tituly masového tisku se řadí: New York Sun (založený v roce 1833, vydavatel Benjamin Day), New York Herald (1835, James Gordon Bennett), La Presse (1836, Emile de Girardin), La Siècle (1836, Armand Dutacq).

Výrazněji se masový tisk začal rozvíjet až v poslední třetině 19. století.

V českých zemích se pro masový tisk užívalo pojmu bulvární tisk. Termín je odvozen od francouzského modelu listů, které se prodávaly na bulvárech, což jsou široké pařížské ulice.

V první polovině 20. století se užívaly zejména kromě *bulvární* také pojmy jako *revolverový*, *senzační*, *populární*. K rozvoji bulvárního tisku v českých zemích došlo až ve druhé polovině dvacátých let 20. století, když vznikaly listy *Expres* nebo *Polední list*.

2.1.9 Média a internet

Globalizaci mediální komunikace umožnily jak trendy v ekonomickém vývoji rozvinutější části světa, tak i posuny v komunikačních technologiích. Rychlou nabídku mediálních produktů umožňuje přenos jakéhokoli obrazového či jazykového sdělení pomocí satelitního či internetového spojení v podstatě z libovolného místa na zeměkouli na jiné libovolné místo. Kabelové i satelitní spojení přispělo ke vzniku velkého počtu televizních a rozhlasových stanic.

V poslední čtvrtině 20. století, zvláště pak v jeho posledním desetiletí došlo k překotnému rozvíjení komunikačních možností, které nabízely počítače a počítačové systémy propojené do nejrůznějších sítí. Zcela bezpochyby nejvýznamnější z nich jsou celosvětová síť internet a s ním spojený World Wide Web (www), které umožňují rychlé vyhledávání a také výměnu nejrůznějších typů digitalizovaných informací. Díky satelitnímu spojení je internet dostupný v podstatě po celém světě, neboť využívá existujících rozvodů optických i tradičních telefonních kabelů a dalších jiných možností telefonického spojení.

Prostřednictvím internetu se začala velmi rychle rozvíjet nejrůznější „nová média“. Jsou jimi například rozličné komunikační aktivity interpersonální (elektronická pošta), skupinové (diskusní kluby, chaty), aktivity veřejné komunikace (internetové deníky a časopisy, internetové rozhlasové stanice, blogy, firemní a osobní www stránky). V současnosti má svoje internetové stránky nejen většina firem, politici, známé osobnosti, ale v podstatě každý, kdo má jenom trochu zájem a k tomu dostatečné znalosti. Internet sám o sobě není médiem, ale spíše jen našemu smyslovému vnímání unikajícím „prostředím“, ve kterém se mohou realizovat nejrůznější typy komunikace. Je nepochybně monumentálním rozšířením dosavadních komunikačních možností.

Díky internetu se média realizující se v jeho prostředí mohou se svými konzumenty podělit o podobu konečného konzumovaného produktu a to prostřednictvím komunikace s příjemci.

2.1.10 Média - jejich postavení ve společnosti

Média představují stále významnější podobu společenského, politického i kulturního života současnosti a taktéž jsou podmínkou ekonomické úspěšnosti řady odvětví. Dá se říci, že kdyby zmizela média, nic by nezůstalo stejné. Změnil by se způsob zábavy lidí. Nemohli by sledovat nic ani v novinách ani v televizi a zábava prostřednictvím kin by jim také zůstala utajena. Nikdo by nemohl pro své potěšení poslouchat hudební nosiče a rozhlas. Měli bychom najednou spoustu volného času...

2.1.11 Média a budoucnost

Součástí změn společnosti průmyslově vyspělého světa jsou i proměny médií a procesů mediální komunikace. Produkce informací se stává stále důležitější součástí ekonomického chování.

Konzumenti jsou tedy svědky završování ekonomické i obsahové globalizace médií a jejich odpoutávání se od jazykového a kulturního prostředí, ve kterém vznikly. A zároveň si jejich pozornost čím dál více získávají „nová média“, což jsou elektronická média prosazující se v prostředí počítačových sítí, zvláště internetu (a jejich další směřování k mobilní telekomunikaci - např. TV vysílání pro mobilní telefony v Japonsku a Koreji).

Globalizace médií krom jiného znamená, že jsou média v různých zemích vlastnicky propojena, tj. že na různých místech světa mají příjemci k dispozici podobné či stejné mediální obsahy. Jsou rozdílné pouze v tom, že mediální organizace upravují své produkty takovým způsobem, aby byly srozumitelné bez ohledu na rozdílnost rozličných kultur. Samozřejmě je také nutná úprava týkající se jazyka dané země dabováním filmů a televizních seriálů, vydáváním různojazyčných verzí časopisů. Konkrétní projevy jsou například takové, že lidé v podstatě na celém světě mohou sledovat ty samé události v tom samém čase: olympijské hry, mistrovství světa, předávání různých cen a významné

historické události. Dalším projevem je také to, že kamkoliv lidé cestují, téměř všude je vítají stejné kulturní statky - v hudbě, filmu či televizi.

2.1.12 Proces mediace

Médium něco někomu zprostředkovává, proto podstatou jednání média je zprostředkování = mediace. Mediace je proces, při kterém mezi dvě strany vstupuje nějaký prostředník pro ovlivnění či zajištění vztahu mezi nimi. Je to také proces zprostředkování nějakého společensky akceptovaného poznání a kulturních hodnot prostřednictvím nějakého média k publiku.

Mediace je považována za jednu z hlavních funkcí masových médií, protože média se považují za prostředníky komunikace mezi různými skupinami, vrstvami či třídami v dané společnosti. Přitom masová média jsou brána za aktivního činitele mediace, za subjekt, který mediací (svou činností) vstupuje do společenské komunikace a podílí se na formování vztahů ve společnosti.

2.1.13 Funkce médií

Z hlediska vymezení funkcí médií se zkoumá, k čemu mají média být, co skutečně dělají a jaký se zdá být účel jejich existence. Funkce médií se potom mění v závislosti na typu uspořádání společnosti, kulturním kontextu a sociálních, politických a ekonomických podmínkách. Média se aktivně podílejí na formulaci představ o tom, co by měla dělat, co doopravdy dělají a i o tom, co si lidé myslí, že média dělají.

Rozdělení funkcí médií:

- a) zábavní funkce – média poskytují zábavu a rozptýlení. Zábavní funkce předkládají publiku zdravé pobavení a potěšení a odvádějí jeho pozornost od vážných sociálních problémů.
- b) informační funkce – média poskytují nezbytné informace o dění ve světě. Informační funkce médií pomáhají lidem vytvářet si představu o světě a jeho geografické, společenské a politické existenci.

c) kulturní funkce – média předkládají materiály, v nichž se odráží kultura dané společnosti. Materiály udržují a dál kulturu předávají, ale také podporují vůli po změně kultury a její růst.

d) sociální funkce – média poskytují příklady života společnosti, jejího jednání a jednání společenských skupin. Tyto příklady přispívají k socializaci lidí a nabízejí jim představy, jejichž pochopení a zvládnutí jim pomáhá úspěšně ve společnosti jednat. Příklady také slouží jako určitý typ návodu ke způsobu, jak si vykládat vztahy mezi jednotlivými událostmi. Díky nim si uživatelé dokážou dávat dohromady události a skládat z nich představu o společnosti, o tom, jaká je a co z toho pro ně vyplývá.

e) politické funkce – média poskytují představu o událostech, tématech a dalších aktivitách v politice. Představa umožňuje lidem pochopit, jak funguje politika v jejich společnosti a jak si lze počínat například v rozhodování při volbách. Tato představa všeobecně poskytuje iluzi, že se lidé podílejí na politickém procesu. Ve skutečnosti jim však vnucuje autoritu těch, kteří o jejich životech rozhodují. Média jsou schopna přilákat pozornost veřejnosti k něčemu, o čem dosud nepřemýšlela a dokážou naznačit, jak se dá na příslušné téma nahlížet. Tím mají média také schopnost formovat názory na politické události a témata.

Vztah mezi médiem a jeho příjemcem je v podstatě vztah smluvní. Veřejnost si kupuje noviny, platí koncesionářské poplatky nebo sleduje komerční televizi proto, že věří, že dané médium pro ni plní některou z uvedených funkcí.

2.1.14 Média a jejich účinky

Víra v moc médií je předpoklad, že média přímo či nepřímo ovlivňují představy, postoje, hodnoty a chování svého publika. Tím pádem mají média na příjemce účinný vliv. I přes neustálý výzkum médií o jejich vlivu je však velmi těžké jakékoliv jejich účinky na společnost a lidi v ní prokázat. Účinky médií rozhodně existují, jen je ale

obtížné je prokázat vědecky ověřitelnými metodami. I tak již existuje nesčetně předpokladů a teorií o účincích médií, které jsou logické a přijatelné zdravým rozumem.

1) Krátkodobé účinky

Představa fungování těchto účinků převažovala hlavně v počátcích studia médií (až do 40. let 20. století). Představa krátkodobých účinků byla taková, že když média poskytnou nějaký podnět, tak bezprostřední reakcí na něj bude změna v chování příjemců. Proto dnes tato představa již patří do historie. Je to zejména proto, že lidé pokud jednají, tak rozhodně ne okamžitě, nereagují jenom na jeden podnět a hlavně nereagují všichni stejně.

2) Dlouhodobé účinky

Po ustoupení od teorie krátkodobých účinků se došlo k představě, že jakékoliv účinky se vždy dostaví až za delší dobu a týkají se hlavně změn v názorech příjemců než v jejich bezprostředním chování či jednání. Závěry řady výzkumů tuto představu podporují, proto se dá říci, že je velmi pravděpodobná. Ovšem stále je velmi obtížné zkoumání publika zcela ověřitelnou metodou v dostatečně dlouhém časovém úseku, aby se dalo jednoznačně říci, že postoje a názory příjemců se opravdu změnily v závislosti na přijímání médií v jakékoliv formě.

3) Kulturní účinky

Tyto účinky se týkají hlavně kolektivu a ne reakcí, jaké může médium vyvolat u jedince. V rámci kulturních účinků se zkoumá, jak média vymezují kulturu a jak udržují a posilují kulturní rozdíly.

4) Některé konkrétní předpokládané účinky

O těchto účincích se nejčastěji v odborné literatuře ale i v laických představách uvažuje. Nejedná se však o prokázané účinky médií, ale pouze o účinky předpokládané.

a) Změna postoje, myšlení a poznávání: Média mohou změnit myšlení lidí i to, jak se lidé dívají na svět tím, že přizpůsobí jejich postoje k druhým lidem i různým tématům.

b) Kolektivní reakce / morální paniky: Média mohou vyvolat nepodložené obavy a úzkosti týkající se například dodržování zákonů, pořádku nebo veřejného zdraví.

c) Individuální reakce / emocionální odezvy: Média mohou ovlivnit příjemce tím, že v nich předloženými obsahy vyvolají emocionální odezvy. Příjemci například dokáží zcela přehlédnout skutečnost, že „výrobky proti stárnutí pleti“ prostě nemohou nijak zvlášť působit a pod vlivem média si výrobek se snahou vypadat mladistvěji koupí.

d) Odcizení: Jednotlivci si mohou působením médií také někdy připadat navzájem izolovaní, neboť média mohou odvádět jednotlivce od aktivní účasti na životě společnosti a tím je vzdalují ostatním jednotlivcům.

e) Znecitlivění: K této teorii se přiklání především ti, kteří se domnívají, že média mohou snižovat práh citlivosti jedinců k násilí. A to hlavně proto, že v této teorii se vychází z představy, že pokud je někdo soustavně vystavován působení médií, tak může vůči němu znecitlivět až zlostejnět.

f) Učení: Média jsou schopna předávat jedincům nové poznatky a dovednosti a mohou rozšiřovat hranice jejich poznání. Tato schopnost může být brána jak pozitivně tak i negativně. Například v osvětových kampaních je zcela jednoznačně chápána pozitivně. Ale jsou zde ještě také obavy z nápodoby, což jsou představy o tom, že jedinec má sklon napodobovat to, co mu médium předloží. Pokud u někoho mediální materiál vyvolá například násilný čin nebo třeba pouliční nepokoje, tak se takováto schopnost učení považuje za zcela negativní.

g) Socializace: Média mohou jedincům předložit pravidla, hodnoty a přijatelné vzorce chování, díky kterým se může jedinec socializovat, tj. zapojit se do života dané společnosti.

h) Trivializace: Média a to především televize se vytrvale přiklání k tomu, aby bylo vše, čemu se věnují, zjednodušováno, a to hlavně proto, aby přilákala a co nejdéle udržela pozornost publika.

2.1.15 Moc a vliv médií

Existuje jen velmi malá shoda v tom, jaké povahy je moc médií. Podstatná moc médií je hlavně v jejich podílení se na socializaci jedince, na jeho začlenění do společnosti. Díky nim dochází k určitému formování jednotlivce a také se utváří podoba společnosti a vztahů, které v ní panují. Každá společnost si vyhledává prostředky, kterými jedinci předkládá hodnoty, o které se opírá její struktura a fungování a také pravidla, které usměrňují chování jejích příslušníků.

Média mají zřejmě tu schopnost utvářet a formovat to, co se jedinec dozvídá o světě, a mohou být také hlavním zdrojem myšlenek a názorů, které se k němu dostávají. Moc médií je ale daleko zřetelnější, když sledujeme více médií najednou, a ne když věnujeme svou pozornost například jenom televizi.

Významné téma představuje zvláště ekonomická moc médií. V mediálním průmyslu je zaměstnáno na tisíce lidí a dalším tisícům nepřímo zajišťuje obživu (např. podporuje nákup technického vybavení). Média mají mnohonásobné příjmy i výdaje. Proto již samotné finanční zázemí médií a jejich podnikatelská podstata jsou velmi dobrým důvodem k tomu, aby se o chování médií zajímaly i nejrůznější vědní obory.

2.1.16 Média - zdroj informací a zábavy

Média jsou velmi významným zdrojem informací a zábavy. Z různých průzkumů se dozvídáme, že média nemají v tomto směru konkurenci. Nejde jen o tisk, rozhlas či televizi, ale i knihy a vydávání encyklopedií, slovníků a učebnic patří již delší dobu mezi úspěšné oblasti v knižním průmyslu.

Statistické údaje uvádějí, že v evropském průměru strávíme dvě hodiny denně koukáním na televizi, což představuje 730 hodin ročně.

2.1.17 Publikum médií a jeho specifické rysy

Společným rysem skupin uživatelů masových médií je hlavně jejich velikost, což znamená obrovský počet konzumentů. Jen málo masových komunikačních prostředků

oslovuje výhradně jenom některé existující segmenty společnosti, které jsou rozdělené např. podle věku, zázemí.

Takový rodinný časopis nabízející rubriku pro domácí kutily, pro pracující ženu a koutek pro děti nepředpokládá, že všichni v rodině budou číst všechno. Takže i televize má různou škálu rozdílných publik pro různě rozdílné pořady. Ale i skladba televizních konzumentů seriálů se mění. Obecně však platí, že dané pořady jsou určeny podobným typům publika.

Publikum se dá určit třemi se vzájemně doplňujícími způsoby:

1. Publikum určené konkrétním deníkem, časopisem, filmem, nahrávkou nebo pořadem, které přijímá.
2. Publikum definované konkrétním typem produktu; publikum časopisů o počítačích, publikum filmů pro pamětníky.
3. Publikum definované jeho charakteristickými rysy, mezi něž patří věk, původ, vzdělání, socioekonomické zařazení, životní styl, vkus apod.

2.1.18 Typy publika

a) Potenciální publikum - všichni, kdo mohou být zasaženi. Závisí to zejména na vlastnění televizoru či rádia, poloze sídla (např. v zóně distribuce) a na některých sociodemografických faktorech (výše příjmu, vzdělání, věk, pohlaví).

b) Platící publikum - má různé podoby, ale především jsou to ti lidé, kteří kupují noviny, knihy, nahrávky a také ti, kteří platí vstupné v kině a kteří si předplácí kabelové nebo satelitní kanály.

c) Zasažené publikum - význam tohoto termínu se liší ve vztahu k určitému médiu. Pro média tištěná je to počet těch, kteří skutečně čtou určité noviny či časopisy. Pro média jako jsou televize nebo rozhlas je to počet těch, kdo si naladili příslušný kanál či program. V tomto případě se pak většinou hovoří o „sledovanosti“.

2.1.19 Získávání publika médií

Za pozornost rozhodně stojí také schopnost médií oslovovat svoje publikum, tedy způsoby, jak s ním navazují kontakt. Do života příjemců pronikají média rozličným způsobem a okamžitě se stávají jeho součástí. Umožňují komunikovat na velké prostorové i časové vzdálenosti.

Jako první díky raným telekomunikačním prostředkům (telegraf, telefon) dokázal denní tisk zkrátit čas, který byl zapotřebí k přenosu informací. Toto poté završila telekomunikační média, která svým přímým přenosem dat stlačila význam prostoru na minimum. Rozhlas a televize se také ozvláštnily tím, že pronikly do soukromí příjemců; do obývacího pokoje, ložnice, do auta.

V současnosti dochází k neustálým množením možností, které mají média k oslovení svého publika. Kromě obývacích pokojů média postupně zaplňují další a další prostory lidí. Například chůzi, běh či učení doprovází walkman (discman); při práci na počítači je možné si přehrávat nahrávky z kompaktního disku nebo přijímat rozhlasové stanice, ať již z rozhlasového přijímače nebo z internetu.

2.1.20 Význam moderátorů a osobností

Média se prostřednictvím osob, které je personifikují, začleňují do sociálního kontextu a stávají se součástí sociální konstrukce reality. Jsou většinou na známých osobnostech přímo závislá, neboť ty jim slouží jako nástroj k tomu, aby navázala kontakt s publikem. Tyto postavy jsou v mediální prezentaci nadány nadlidskými vlastnostmi a zároveň se stávají velmi známými. Z toho vyplývá, že například televizní publikum si dokáže známé osobnosti začlenit do okruhu svých známých. Proto také lidé píší do televize různým osobnostem, jako kdyby se jednalo o jejich nejdůvěrnější přátele. Čtenáři zase například píší do redakce kreslených seriálů a probírají s redaktory osudy hrdinů, i když to nejsou živé bytosti.

Média toto neustále podporují různými prostředky, neboť to má dobrý vliv na čtenost, sledovanost a na prodej. Vytváření důvěrných vztahů mezi médiem zosobněným nějakou známou osobností a příjemcem je možné v několika různých podobách. Například v denících se v poslední době čím dál víc objevují fotografie redaktorů, televize zase sází na osvědčené moderátory a jejich specifická jednání.

V médiích se velmi často také setkáváme s tzv. hvězdami. Jsou to „herečky či herci, kteří se těší značnému společenskému uznání díky zajímavým postavám, jež ztělesnili (zpravidla ve filmu nebo v televizi). Samo označení „hvězda“ („star“) pochází původně z filmového prostředí. Status „hvězdy“ s sebou nese vytvoření určitého stereotypu. „Hvězdy“ (zvláště filmové) se snáze stávají ztělesněním archetypů či mýtů. Současně ale jsou „hvězdy“ konstruovány mimo své role - tedy jako živoucí bytosti. Osobnost hvězdy je soubor vlastností projektovaných do příslušné osoby (herečky, herce, moderátora, baviče) prostřednictvím rolí, jež v médiích hraje, zaujímá či předvádí“ (viz [3], strana 209). Hvězdy mají samozřejmě také důležitou tržní hodnotu, lákají na sebe investory a napomáhají médiu k úspěchu. Díky nim dokáží média prodat filmy i televizní pořady.

2.2 PŮSOBNÍ MÉDIÍ NA DĚTI A MLÁDEŽ

2.2.1 Vliv obrazovky

Otázka jak žít svou duší a duše svých dětí je stará jako samotné lidstvo. Dokud nebyla televize, byl tu film a rozhlas, ještě předtím knihy a časopisy a ještě před nimi si lidé jenom vyprávěli příběhy a zpívali si písně. Tato veškerá duševní potrava může člověku prospívat i škodit. V tomto směru se dnešní doba od dob minulých liší samozřejmě nebyvalou přitažlivostí a dostupností médií.

Je všeobecně známo, že přitažlivost barevného filmu v televizi spočívá v tom, že nabízí více podnětů pro naše smysly a není to pro nás tak velká námaha jako čtení nebo poslouchání rozhlasu. A dostupnost média je pro člověka neméně důležitá, nestojí to téměř žádnou námahu, uvidí vše dokonale a zblízka v úplném pohodlí. Navíc je v dnešní době již možné nejen díky počítačovým hrám do toho, co vidíme, zasahovat. A triková technika se zásluhou počítačů neustále zdokonaluje.

Mnoho lidí již vyzkoušelo virtuální realitu určenou pro zábavu, která umožňuje mluvit s lidmi na obrazovce, zapojit se do příběhu jako hlavní hrdina a dokonce umí nasimulovat i dotykové příjmnosti, např. hlazení. Toto je pro člověka něco jako droga - nerad a těžko se vrací do „šedivé“ skutečnosti.

Pro tohle všechno se nelze divit, že dnešní člověk a hlavně ti nejmladší z nás tráví před obrazovkou stále více času a stále více jí podléhají. Takže velkým nebezpečím naší

doby je to, že ztrácíme postupně svůj vlastní svět a čím dál víc žijeme v onom syntetickém světě médií.

Neméně důležité je si také uvědomit, že před televizní obrazovkou zakrňuje a úplně se vytrácí ta krásná lidská schopnost, ke které je potřeba ticho a klid. Tou schopností je samozřejmě tvořivá představivost.

2.2.2 Obrazovka - náhradní život

V současnosti neustále přibývá lidí a bohužel i dětí, kteří tráví u obrazovky většinu svého volného času. Tato činnost, zábava dokáže velmi rychle z jejich života vytěsnit to cenné a tím pádem je nesmírně ochuzuje. Toto nebezpečí hrozí zvláště lenochům, neurotikům, lidem s nižším vzděláním a pochopitelně i dětem, pokud je rodiče nechají napospas samy sobě.

V poměru se sledovaností televize ubývá u lidí oblíbenost v aktivním sportu, například v turistice. A pokud vyrazí na rekreaci, tak i tam si berou s sebou televizor. Tím pádem nemají čas na společné rozhovory a hry, nemají chuť si navzájem naslouchat nebo si třeba společně zazpívat.

Pak už dochází k tomu, že se lidé mezi sebou málo znají, nerozumí si. U dětí ve školní práci slábne schopnost něčeho dosahovat, chtějí se pro něco namáhat, neboť u televize po nich nikdo nic takového nevyžaduje. I milostný život partnerů tím těžce trpí a to zejména, pokud si umístí televizor přímo do ložnice.

2.2.3 Zkreslený a ochuzený obraz světa

Nebezpečí v této podobě hrozí zejména těm nejmenším, dětem, které se teprve seznamují se skutečným světem a učí se skutečnost odlišovat od toho, co vidí na televizní obrazovce. Lehko se může stát, že si vytvoří špatný obraz světa, který je falešný, nemá se skutečným světem nic společného a kterého se budou v pozdější době jen velmi těžko zbavovat.

V dítěti se má upevňovat ten obraz světa, kde vládne řád dobra i zla a řád přírodních zákonů. Je důležité s tím začít již v tom nejranějším věku, aby se náhodou něco nezanedbalo.

2.2.4 Negace v užívání médií

Mezi prvními identifikovanými problémy týkajícími se užívání médií se objevily jejich různé negativní účinky na rodinný život, když děti (nebo jejich rodiče) tráví příliš mnoho času pasivním sledováním obrazovky. „Propadnutí“ televizi bylo identifikováno jako potenciální nebezpečí či jako jistý příznak určité ztráty identity a selhání osobního vývoje nebo spojení s realitou.

Zanedlouho se objevily důkazy, které svědčily o tom, že vysoká míra užívání televize u dětí byla opravdu ve vzájemné závislosti s jejich chabou sociální přizpůsobivostí. V případě dospělých lidí bylo jejich silné užívání televize a dalších médií podle empirických zjištění provázáno zvláště nemocemi, stářím, nezaměstnaností a chudobou.

Nikdy ale nebylo skutečně zcela jasně prokázáno, jestli je užívání médií příčinou chabé sociální přizpůsobivosti nebo dokonce kompenzací za ni, a proto se nemusí neobvykle vysoká míra užívání médií sama o sobě považovat přímo za patologickou.

2.2.5 Úloha peněz a reklama

Televizní stanice vysílají hlavně ty pořady, které přitáhnou největší počet diváků. Jde tu hlavně o peníze, jako v dnešní době již skoro ve všem. Tyto pořady doprovází některými lidmi uznávaná a zároveň některými nenáviděná reklama, která samozřejmě všechno zaplatí. Problémem ovšem je, že nejvíc diváků nepřitáhnou k obrazovce témata jako je vzdělání, kultura, umění, tedy potrava, po které duše roste do síly a krásy. Lidé upřednostňují především líbivé seriály, přenosy různých sportovních utkání, krvavé akční filmy, horory, násilí, pornografii, senzační zprávy o vraždách, katastrofách a lumpárnách.

Reklama je produktem, který podporuje komerční a podnikatelskou podstatu médií. Pro většinu médií a jejich existenci jsou velmi důležité finanční prostředky, které reklama přináší. Příjmy z reklamy například pokrývají většinu nákladů na výrobu novin. Bez reklamy by neexistovaly komerční rozhlasové a televizní stanice a většina časopisů by musela mnohonásobně zvýšit prodejní cenu jednoho výtisku.

Reklama je všude kolem: plakáty na zdech, billboardy podél silnic, reklamní letáky, nabídkové listy, nalepené kupóny. Těmito prostředky se reklama snaží příjemce

přesvědčit a ovlivnit. Reklamním cílem je vytvářet iluzi, že příjemcům může správná volba mezi různými produkty a službami vyřešit podstatné problémy.

Reklama se ale týká i jiných věcí, než jsou nabídky výrobků nebo služeb. Může být nápomocná i třeba v předvolebních kampaních, v propagaci ohleduplného chování řidičů nebo v odklizení psích výkalů.

V televizi je často reprezentována tím, co publikum zná z nejrůznějších žánrů. Objevují se v ní přímé odkazy na konkrétní pořady, postavy, dobrodružné filmy. Reklama je nedílnou součástí kultury dané společnosti a v mnoha ohledech reprezentuje její klíčové prvky. Dalo by se říci, že svým způsobem je reklama zvláštním typem umění. V reklamních sděleních se například objevují v různých propojeních známé skladby hudebních skladatelů či rozličné skvosty architektury.

Tím pádem dochází k tomu, že příjemci se běžně o reklamách baví, v hovorech na ně odkazují stejně jako na nějaké jiné dílo, ze kterého mohou citovat. Tak se stejně jako například dětské říkanky staly i slogany z reklamy součástí dané kultury.

Na zrádné reklamy si konzumenti musí dávat velmi dobrý pozor. Ač se v nich většinou nenachází násilí ani nic podobného, tak nebezpečné je na nich hlavně to, že vše je dokonalé, bezchybné a krásné. Dostatečně vyzrálá osobnost jedince se sice takovému vylhanému ráji s pobavením vysměje, ale už ne běžný divák a dítě teprve ne. Ti takovéto rafinované reklamě neodolají. Největším nebezpečím tady bohužel není to, že si přípravek doporučený reklamou koupí, ale to, že té reklamě naprosto uvěří.

2.2.6 Kýč na obrazovce

V tomto případě nazýváme kýčem určitý druh lži. Dalo by se to přirovnat k pohádce, která předstírá, že je skutečností. Tímto způsobem získává kýč na svou stranu mnoho lidí, kteří se prostřednictvím obrazovky schovávají před pravdou o světě i o sobě samých a nechtějí se s ní za žádnou cenu setkat.

V kýči jsou lidé rozděleni na dobré a zlé a většinou každý odpovídá určité šabloně. Například vědec bývá roztržitě pomatený, chirurg mužný, v milostném životě je nejdůležitější najít toho pravého.

Naštěstí pokud se konzumenti kýčem nezaobírají na obrazovce příliš mnoho, pokud ho neberou jako únik před skutečností a pokud neovládne jejich myšlení, tak pro ně není nijak zvlášť nebezpečný.

2.2.7 Senzace a skandály

Pojem „senzační noviny“ je odvozen od toho, že tento typ novin věnoval největší pozornost vyhledávání a zpracovávání senzací, což jsou události působící rozruch a překvapení. Čtenáře tyto senzační zprávy natolik přitahovaly, že to vedlo až ke zveřejňování i nepravdivých zpráv jenom proto, že byly nějakým způsobem senzační. „Falešná senzace, která vstoupila do dějin, neboť se pokládá za počátek vědomého způsobu, jak zvyšovat výši nákladu novin, se většinou spojuje s Benjaminem Dayem a jeho listem New York Sun. V roce 1835 zveřejnil zprávu o tom, že před rokem odjel astronom John Herschel do Kapského Města zařízovat hvězdárnu. Dále již list popisoval, jak John Herschel na mysu Dobré naděje udělal pomocí teleskopu fantastický objev. Údajně spatřil na Měsíci obrovská stáda hnědých čtyřkopytníků, kteří měli všechny znaky bizonů, ale byli menší než kterýkoli pozemský dobytek“ (viz [2], strana 31).

Pro bulvární noviny jsou kromě senzací typické i „skandály“. Rozumí se jimi jednání nebo okolnosti spjaté s vážným porušením či znevážením hodnot, norem, mravních principů převažujících v dané době a společnosti. Thompson [8] uvádí jako jejich nutnou charakteristiku vedle porušení norem také to, aby se o takovém jednání všeobecně vědělo a bylo vnímáno jako nepřijatelné těmi, kterých se bezprostředně netýká, aby se k němu i nezúčastnění lidé vyjadřovali veřejně a aby odhalení skandálního jednání poškodilo pověst toho, kdo se ho dopustil.

Jak úspěch senzace vedl ke vzniku senzace falešné, tak i úspěch skandálu přispěl k prosazení taktiky „skandalizace“, což je výklad něčího jednání, skutečného nebo domnělého, jako jednání skandálního. Skandalizace je opět prostředek, který zvyšuje zájem čtenářů bulvárních listů, ale je také nástrojem politického boje a proto se může projevit ve všech typech médií.

2.2.8 Násilí na obrazovce

Představy o možných účincích médií a jejich vlivu na jedince i danou společnost jsou zvláště nebezpečné v případě možného účinku mediálního násilí (např. zobrazení agresivního chování, které vede někdy až k usmrcení člověka nebo zvířete). Největší obavy se týkají především přímé nápodoby, ale může dojít také k vyvolání úzkosti a znečitlivění.

Při vystavení jedince mediálnímu násilí je možné rozlišit účinky na něj na *krátkodobé* a *dlouhodobé*, dále na fyziologické (pocení, zrychlení tepu), emocionální, poznávací, postojoyé a behaviorální (změny v chování).

Krátkodobé účinky:

- Možnost vyvolání násilného nebo agresivního chování - zdá se být velmi nepravděpodobná, neboť jeho náznaky se objevují jen velmi sporadicky a to ještě pouze ve vybraných skupinách dospívajících nižšího intelektu, kteří pocházejí z narušených rodin a kteří trpí nedostatkem citového zázemí.
- Možnost vyvolání strachu - opět závisí na každé osobnosti příjemce.
- Možnost znecitlivění vůči násilnému chování.

Dlouhodobé účinky:

- Možné změny v chování.
- Zvýšené obavy jedinců, že by se mohli sami stát oběťmi násilí.
- Změny v postoji k „reálnému“ násilí - na základě sledování násilí v médiu příjemci přistoupí na myšlenku, že násilí je přijatelné.

Často se stává, že jedinci usvědčení z násilné trestné činnosti vysvětlují své chování tím, že tvrdí, že „to viděli v televizi“, přičemž jsou si vědomi toho, že je to svým způsobem neformální polehčující okolnost. Tím se částečně dostávají z pozice pachatele do pozice zmanipulované oběti.

Mezi teoretiky jsou ovšem i tací, kteří uvažují o možném pozitivním účinku mediálního násilí. Naznačují, že mediální násilí by mohlo uvolňovat zadržovanou a nahromaděnou agresivitu, kterou by si jinak jedinec vybil v reálném společenském styku a že by také mohlo odrazovat od násilného chování, neboť dovoluje prožít nanečisto jeho odporudivost.

Televizní pořady určené nejmenším dětem bývají poměrně nevinné. Je v nich méně vražd a krve, ale přesto se v nich nachází nejvíce násilí. Má tu sice trochu měkkší podobu rvaček, výprasků, honiček a nadávek, ale to rozhodně neznamená, že je pro tyto nejmenší příjemce média nějak méně škodlivé. Toto násilí je v podstatě přiměřené jejich věku, u starších diváků se jenom více přitvrdí. Vypadá to, že autoři těchto programů si vychovávají velmi svědomitě své diváky již od těch nejmenších.

Na duševní vývoj těchto dětí to rozhodně nepůsobí nijak příznivě. Obecný závěr je takový, že mediální násilí poškozuje dětskou psychiku a ten, kdo tvrdí, že to není pravda, tak to buď není odborník, anebo mu jde určitě spíše nějakým způsobem o peníze.

Poškození na dětské duši se projevuje především v nápodobě. Děti si v posledních letech čím dál tím víc zkoušejí například šikanou slabších spolužáků to, co viděly doma v televizi či na videu. V těchto případech může docházet k tomu, že se v dětech oslabuje jejich schopnost soucitu a může se v nich probouzet nebezpečné zalíbení v krutosti nebo třeba v ničení věcí. Naopak v jiných dětech mohou násilné pořady na obrazovce vyvolat bázlivost, přílišný strach z násilí, zbabělé chování a i to je nebezpečné.

Je samozřejmé, že vždycky také záleží na okolnostech. Pokud má doma dítě pevné citové zázemí, tak je bezpečně ohroženo méně, neboť bývá jeho osobnost včetně jeho duše celkově odolnější.

Děti tato témata rozhodně okamžitě s vypnutím obrazovky neopouštějí, ale neustále na ně myslí a pokud mají tu možnost, tak si o nich živě povídají s kamarády a spolužáky. Dokonce i v přírodě u táborového ohně jsou pro ně tato témata velmi žhavým námětem do diskuse.

Typy násilí v dětských příbězích a pohádkách se dají rozčlenit do tří částí:

1) Nepochybně mnoho záleží na tom, jak je v příběhu násilí zasazeno. V případech, kde to dobré vítězí nad zlým, je násilí funkčně důležité, neboť to pomáhá dítěti příliš se ho nebát. Ale v současných akčních filmech se dost často stává, že ti špatní, tedy ti zločinci vítězí.

2) Velmi důležité je také to, jak moc drasticky je násilí zobrazeno. Například příběh o ukřižování děti nepochybně dojde a nijak jim neublíží, ale je tu nebezpečí v podobě toho, že pokud zároveň v příběhu zhlédnou i jednotlivé drastické detaily, tak to jim potom na duši může zanechat velký šrám.

3) Již dávno neplatí představa, že každá pohádka je vhodná pro děti.

2.2.9 Je třeba regulovat násilí na televizní obrazovce?

Regulovat či neregulovat násilí na televizní obrazovce - otázka, na kterou zřejmě v dohledné době nebude možné jednoznačně odpovědět. Přinejmenším do té doby, než

výzkumy prokáží zřetelnou kauzální souvislost mezi sledováním násilí v médiích a jednáním lidí. Nikdy totiž nepůjde pouze o otázku principu, do hry budou vždy vstupovat obchodní zájmy a také ideologické předsudky. Nicméně na problematiku ovlivňování chování a jednání jedince násilím prezentovaným na televizní obrazovce se zaměřilo již mnoho různých sociologických i psychologických výzkumů. Existuje také řada teoretických konceptů, které se účinky mediálně prezentovaného násilí pokoušejí vysvětlit.

Doposud žádný výzkum dané problematiky neprokázal jasnou kauzalitu mezi mediálně prezentovaným násilím a lidským chováním. Výsledky sociologických průzkumů nicméně v mnoha případech ukázaly poměrně hodně. Zjednodušeně řečeno "podporují názor, že média mohou vést k násilnému chování a zřejmě tak i činí. Tyto účinky pak nastávají především jako důsledek 'spouštění' agresivního chování, nápodoby, identifikace s agresivními hrdiny a 'znecitlivění' vedoucího k vyšší toleranci vůči skutečnému násilí. O mnohém v této oblasti se však stále vede diskuse," uvádí Dennis McQuail [6].

Problému se věnují také psychologové a jejich názory či výsledky práce je rovněž třeba brát na vědomí. Například v časopisu *Science* byly v březnu roku 1994 zveřejněny výsledky nejnovějšího amerického průzkumu. Tým vědců pod vedením Jeffrey G. Johnsona z Kolumbijské univerzity sledoval po dobu sedmnácti let sedm set sedm lidí, aby potvrdil signifikantní spojitost mezi časem stráveným u televize během adolescence a časné dospělosti a pravděpodobnosti pozdějších násilných činů, které byly spáchány na jiných osobách. Jejich průzkum potvrdil souvislosti mezi nadměrným sledováním televize v adolescenci a časné dospělosti s následným nárůstem pravděpodobnosti spáchání trestného činu proti ostatním osobám. Ovšem tak jako v řadě dalších výzkumů jsou podle autorů průzkumu nejasné podmínky, za nichž se tak děje. Kauzalita tedy prokázána nebyla. Nejpravděpodobnější je podle členů výzkumného týmu fakt, že agresivně disponovaní jedinci si budou vybírat pořady s násilným obsahem, jejichž systematické sledování zpětnovazebně posílí jejich dispozičně danou agresi.

Existuje také několik teoretických konceptů zabývajících se účinky mediálního násilí. Z těch, které spojitost mezi televizním násilím a agresivním chováním vylučují, je zřejmě nejznámější koncept tzv. katarze. Ten vychází z přirozeného agresivního pudu u člověka a tvrdí, že dynamickým spoluprožíváním násilných činů, pozorovaných u fiktivních modelů, ubývá ve fantazii odhodlání recipienta projevit vlastní agresivní

chování. Katarzní teze má tři varianty, ovšem podle Michaela Kunczika [7] lze "všechny považovat za empiricky vyvrácené. Snížení agresivity na základě odplynutí agresivního pudu sledováním násilných mediálních obsahů nenastává".

Nelze opomenout ani odvěký spor mezi přívrženci určité regulace televizního vysílání a jejími odpůrci. Ti druzí argumentují nepřipustností jakýchkoli zásahů ze strany státu do věcí veřejných ve jménu liberalismu a absolutní svobody. V současné době na vlastní kůži pocítujeme důsledky prvních let života svobodného Československa, resp. Česka, které probíhaly ve jménu právě liberalismu a vše řešící neviditelné ruky trhu. Stačí si připomenout tvrzení profesora Michaela Kunczika [7] o tom, že "americké televizní pořady a zvláště seriály jsou pouze prostředky sloužící jako výplně mezi reklamami, které mají být zprostředkovány co nejširšímu publiku". Hlasy, které v České republice volají po privatizaci médií veřejné služby ve jménu neomylnosti trhu, se pak ve světle Kunczikova tvrzení jeví poněkud zvláště. Je přece zcela jasné, že majitel komerční televize nebude mít zájem na výrobě vzdělávacích a naučných pořadů, když bude moci vysílat levné a nenáročné seriály, které k jeho produkci přitáhnou masu potenciálních reklamních konzumentů.

Násilí se vyplácí, neboť výroba násilí je pro televizní tvůrce praktická. Násilí umožňuje vybudovat napínavou dějovou sekvenci a dovést ji do jasného konce. Násilné akce jako vrcholy napětí navíc nabízejí ideální možnost k přerušení filmové sekvence pro promítnutí reklamního šotu. Dějová schémata jsou do té míry standardizována, že není třeba žádných kreativních a drahých scénáristů, režisérů atd. Platí to i o hercích, kteří nemusí být obdařeni žádným zvláštním uměleckým nadáním [7]. Z toho jasně vyplývá, že využívání násilí coby poměrně snadného způsobu jak připoutat k obrazovkám, a potažmo k reklamním spotům, co nejvíce lidí, bude pokračovat. Tvůrci už si vyzkoušeli, že tento způsob funguje. Budou proto stále otrlejší, protože ho budou muset stále vylepšovat. V České republice jde navíc z velké části o problém mladé demokracie. Lidé se totiž, tak jako téměř všechno v životě, musejí naučit, že ony přihlouplé seriály s násilným či pornografickým obsahem mají vlastně jediný cíl – fungovat jako pojítko reklamních bloků. A že snahou tvůrců těchto "děl" není přinést divákovi romantickou či vzrušující zábavu, ale naopak zaútočit na jejich nejnižší pudy, stavět na jejich nízké úrovni vzdělání a na jejich nenáročnosti. Tím je udržet u obrazovek co nejdéle tak, aby zhlédli co nejvíce reklamních spotů. Lidi je proto také třeba vychovávat ke kritickému myšlení. Je zřejmé, že výchova ke kritickému myšlení není všelékem a zárukou, že se tento neradostný stav

otočí o 180 stupňů. Ovšem ty, kteří budou mít zájem a předpoklady, může tato snaha přivést na lepší cestu.

Jestliže si lidé osvojují sociální normy a hodnoty a utvářejí si vlastní já v procesu socializace, neboli učením se z toho, co vidí kolem sebe a interakcemi s ostatními, společnost by se měla snažit, aby se lidé učili především to dobré a aby dobře věděli, co je skutečně špatné. A pokud se většina společnosti shodne, že násilí na obrazovce špatné je a mělo by se s ním něco dělat, pak by se cosi dít mělo. Podle výzkumu agentury Focus z června roku 1997 s omezením prezentace násilí a pornografie na televizní obrazovce souhlasí 87 % respondentů. Podle jistých průzkumů se soudí, že dítě staré pouhých čtrnáct měsíců již pozoruje a napodobuje chování, které sleduje v televizi a že v prvních letech života není schopno ani pomocí výkladu dospělých rozlišit mezi skutečností a smyšlenkou. V pozdějším věku již pak rozlišuje lépe, ovšem nejhlubší vjemy prý jsou vtištěny v raném dětství. Například zdánlivě neškodné pořady jako je kreslený seriál Tom a Jerry, ve kterém se hlavní hrdinové neustále navzájem otloukají, vyrážejí si zuby a střílí po sobě, učí děti naprosté nesmysly. Kocour, kterého přejede parní válec, se v dalším okamžiku zvedne, otrepe se a spěchá provést myšákovi něco ještě daleko horšího. To je samozřejmě naprosto nereálná zrudnost. A o tom, že děti mají snahu napodobovat nekriticky své filmové vzory a hrdiny ve svém chování asi bude pochybovat jen ten, kdo to neviděl na vlastní oči.

Je zřejmé, že násilné chování a agresivita je nedílnou součástí našeho světa. Není proto přijatelné úplnou eliminací předstírat, že tyto faktory neexistují. Mělo by se však dbát na to, aby násilí v médiích nebylo samoučelné a nevyskytovalo se v nadbytečné míře. "V demokratické společnosti, která je otevřená, multikulturní, heterogenní a chaotická, zákazy a regulace neuchrání děti před špatným vlivem slov a obrazů," říká filozof Václav Bělohradský. Regulace mediálního násilí určitě neznamená omezení osobní svobody. Naopak současný stav, kdy se média honí za senzací ve snaze získat větší sledovanost, vytváří obraz, který neodpovídá realitě. Tento obraz vyhovuje určité skupině společnosti, kterou zajímá pouze ekonomický zisk. Proto určitá regulace rozhodně může pomoci tomu, aby média, která nepochybně mají v současnosti obrovskou moc, odrážela skutečnou realitu. Způsob, jakým to nejlépe provést, je ale problém více než komplikovaný.

2.2.10 Pornografie na obrazovce

I tato nedílná součást televizních pořadů má nepochybně negativní vliv na děti. Poškozuje je zejména tím, že jim zkracuje dětství předčasným probouzením jejich sexuálního citění. A pornografie bohužel navíc ubírá milostnému životu to, co je na něm nejkrásnější: něhu, tajemství a krásu objevování. Žena je zde zobrazována jako druh zboží, které je kdykoli k dispozici mužské chuti.

V malířství, fotografování, filmech a literatuře bývá také zobrazována sexualita, kterou však většinou pornografií nenazýváme. Každé umělecké dílo není vždy vhodné pro děti, ale je to nedílná součást umění a umělci mají v tomto směru naprostou svobodu volby.

Není snadné určit, co se dá považovat za ještě jakž takž slušné nebo únosné pro děti. Sice se u nás objevují například v nabídkách kin u filmů různá doporučení, zda je to nebo není mládeži od kolika let přístupno, avšak po dřívějších zkušenostech s tvrdou komunistickou cenzurou jsou u nás lidé na různé zákazy dost citliví a tím pádem mají obchodníci s násilím i pornografií zlaté časy.

Rozhodně by však ani učitelé ani rodiče neměli zapomínat na to, že úplné zakazování nahoty dětem také není to pravé. Je smutné, pokud zakomplexovaní rodiče vštepují dítěti názor, že nahota a sexualita je něco špatného a nečistého.

2.2.11 Média a terorismus

Velká většina teroristických akcí, ať už jsou ve fázi plánování, vyhrožování nebo uskutečnění, směřuje k dosažení politických cílů a jejich aktéři se snaží, i když třeba jen nepřímo, používat média.

Hlavním potenciálním užitekem pro teroristy je získání pozornosti pro své konání nebo alespoň vzbuzení strachu a neklidu u veřejnosti. Dále může následovat i tlak na vládu. Terorismus je živý tzv. „kyslíkem publicity“. Je zde nabízeno množství možných účinků, které mohou média v souvislosti s terorismem vykazovat, včetně účinků na teroristy, vlády, veřejnost a oběti teroristů. Je prokázáno, že působení médií může pomáhat jak teroristům, tak oficiálním místům. Existuje doklad o tom, že živé zpravodajství z teroristických akcí by skutečně mohl terorismus podporovat.

Jako příklad slouží řada únosů letadel v letech 1971 - 1972. Tyto únosy ukazují jasné znaky, že byly ovlivněny zpravodajstvím, a to různými doklady o podobnosti jednotlivých případů, které poukazují na vliv mediální publicity. I další empirické doklady podporují teorii, že různé ohlasy v tisku mají tu moc spouštět vlnu individuálních akcí patologické povahy.

2.2.12 Reality show - ano či ne

Loňského roku širokou veřejnost zaujaly a doslova pohltily reality show, na televizi Nova Big Brother a na televizi Prima VyVolení. Ze všech těch reality show, které se na nás v poslední době hrnou z televize, ale bohužel dýchá spousta agresivity, zloby, hlouposti a netolerance. A to vzájemné napadání a osočování úplně překrývá věcná témata. Vulgarizace veřejné a mediální scény již tímto prostřednictvím skutečně překročila mez únosnosti. Je z toho až smutno. Dalo by se odpovědět na otázku, proč že sledování reality show lidi tak baví? Existuje zde určitý názor, na kterém rozhodně něco je: "Celé dějiny provází jistý druh perverzní zábavy. Ve starém Římě lidi bavilo sledovat, jak křesťany házeli lvům, a ve středověku si zas užívali veřejných poprav..." [14].

Otázkou však je, co bude dál. Dá se předpokládat, že lidé budou požadovat zábavu stále drsnější. Mnoho takových pořadů úmyslně provokuje skandál a téměř prosí o morální odsouzení, protože z toho těží popularitu. Dalo by se říci, že nejhorší na tom všem není, že tam člověk, tedy i dítě občas vidí někoho nahého nebo slyší nějaké sprosté slovo, ale že se vyhovuje lidské snaze pronikat do soukromí druhého. A v tom by mohla být ta největší neslušnost, protože tohle člověku nepřísluší.

Tahle hra neponižuje jenom ty, kteří jsou ochotni se za vidinu peněz a popularity stát objekty ponižování, ale ponižuje i diváka, který nevědomky přijímá roli úchylného voyeur. Jedná se tady o určité narušení lidské důstojnosti. Určitě není nijak běžný způsob, jakým se v reality show tvoří podivná subkultura z lidí, kteří jsou ochotni se před národem ukazovat. Dokonce se z nich dělají, dalo by se říci, národní hrdinové. Všem jsou známí, všude se o nich mluví a kdo náhodou neví, o kom že je to řeč, ten jako by byl z jiného světa.

Spousta nezralých mladých lidí a dětí může v reality show hledat jakýsi prototyp života, v němž lidé nepracují, popíjejí a věnují se pouze sexuálním hrátkám a vzájemným

nadávkám. Tenhle svět se promítá do podvědomí našich nejmladších a může u nich dojít k vytváření určité normy, životního ideálu.

Spousta lidí dokonce po takovém životě touží a pro ně nejsnazší cestou, jak ho dosáhnout, je účastnit se ho alespoň prostřednictvím televizní obrazovky. Tito lidé si neváží svého vlastního života, který je často pustý, bez nějakého vnitřního rozměru a spíš než by brali vážně svůj vlastní život, tak se raději stávají cizopasníky na světě milionářů v amerických seriálech nebo lidí v reality show. Zdá se, že vztahy postav v seriálech jsou pro ně daleko důležitější než jejich vztahy vlastní. V minulých dobách, kdy se ještě daleko víc četlo, tuhle roli hrávaly občas postavy z románů, ale to bylo určitě daleko zajímavější a zdaleka ne tak nebezpečné.

V podstatě se na reality show nedá najít nic pozitivního. Někdo by mohl vyvozovat závěry z toho, že když ve VyVolených zvítězil homosexuál, tak to je dnešní společnost jednoznačně tolerantnější k homosexuálům. Ale pravá skutečnost je zřejmě taková, že vítězství bylo onomu člověku přisouzeno spíš díky jeho nebývalému exhibicionismu. Lidé byli jeho výstředním vystupováním skutečně přímo fascinováni a těšili se na každý jeho další výbuch zlosti či radosti.

Do mysli se nám po tom všem vtírá pocit, že jsme národ šmíráků žijících prázdné životy. Ale bohužel určité procento takových lidí mezi námi skutečně je. Každý z nás si musí přiznat, že je vystaven nejružnějšímu svádění k něčemu.

Nabízí se otázka, zda by lidi bavily reality show třeba před patnácti lety. Změnila se společnost v tomto směru od té doby nějak? Bohužel ano a v tomto ohledu ne zrovna k lepšímu. Zdá se, že se společnost pohybuje po nějaké šikmé ploše a jde po malých krocích dolů. Není to tak dávno, kdy většina lidí v tramvajích a vlacích četla a často to bývaly romány, ne nic špatného a pobuřujícího. V dnešní době v metru nebo vlaku i velmi slušně vypadající dámy čtou téměř bez výjimky časopisy Blesk a Spy, jsou živé z drbů o hvězdách showbusinessu. Málo už je vidět člověk, který čte něco jiného než brak.

2.2.13 Jsou pokuty na místě?

Rada pro rozhlasové a televizní vysílání komerčním televizím za obscénnosti, vulgární slova a sex v reality show VyVolení a Big Brother udělila milionové pokuty [11]. Otázkou je, zda jsou tyto pokuty řešením, a v čem že konkrétně udělaly ony televize chybu. Rada jednala podle příslušného paragrafu mediálního zákona, který říká, že by se

v době od šesté hodiny ranní do desáté večerní neměly v televizi zařazovat programy, které by mohly ohrozit fyzický, psychický nebo mravní vývoj dětí a mladistvých.

Existují mnohá pro i proti. Přece jenom by rada neměla přihlížet tomu, kam až jsou televize kvůli získání diváka schopny zajít. Ale zase na druhou stranu se u takovýchto pořadů předem počítá s tím, že se něco takového určitě objeví, neboť tyto pořady jsou na kontroverzních scénách založeny, mají šokovat a vzbudit v divákovi jeho skrytou touhu po voyeurství. Takový pořad víceméně s určitými problémy dopředu počítá, i s případnými pokutami, a dalo by se říct, že pro něj je to dokonce i svým způsobem reklama, i když negativní.

Reality show samy o sobě v podstatě závadné nejsou, ale problematický je obsah některých jejich vydání.

Televize Nova a Prima bohužel zařadily reality show do hlavního vysílacího času a divák se jim tudíž i při jeho nejlepší vůli nemohl nijak vyhnout. Největším rizikem tu bylo to, že reality show běžely v tom čase, kdy televizi sledují i děti a proto nebylo divu, že mezi sedmou a jedenáctou večer sledovalo televizi nejvíce diváků ve věku od čtyř do čtrnácti let. Například v Německu by se toto stát nemohlo, protože zde se reality show vysílaly pozdě večer a v noci, anebo na placených kanálech.

Pro naše televize by to ale znamenalo velké ošizení se o sledovanost a samozřejmě i o značné zisky z prodeje reklamních časů. Nejlepším řešením by samozřejmě tedy bylo vytěsnit reality show z hlavních vysílacích časů, popřípadě upravit programové bloky před desátou večerní tak, aby byly pro mládež zcela neškodné. Ale tady zase vyvstává problém v tom, že na takovou reality show by se asi nikdo nedíval...

Pro dramaturgy je pochopitelně jednodušší čtyřiaadvacetihodinový záznam z několika kamer sestříhat tak, že vyberou ty kontroverzní a sprosté scény. Zato najít záběry bez vulgarit a obscénností a složit z nich pořad, který by měl hlavu a patu a který by udržel diváka u obrazovky alespoň hodinu, to je umění. Ale hlavně je to daleko náročnější a už vůbec není žádná legrace toto dělat každý den po dobu tří měsíců.

V samotném vysílacím zákonu je také určitý problém a to dost zásadní. Neexistuje totiž jasná definice toho, co že je to vlastně obscénnost a kterýže pořad může ohrozit psychický, fyzický a morální vývoj dětí a mládeže. Když si bude rada zákon vykládat po svém, mohlo by to z jejich strany zavánět cenzurou.

Tím pádem se české komerční televize nemají díky nejasnému znění zákona v podstatě vůbec čeho bát. Mohou proti pokutě od mediální rady podat žalobu. U soudu se

pak probírají zajímavé diskuse na téma, co ještě lze a co už by se v televizi před desátou hodinou večer objevit nemělo. No a neblahým faktem je, že drtivou většinu podobných sporů vyhrávají zase televize, pro které je i těch několik milionů korun pokuty jen směšná částka, která se jim vrátí okamžitě po odvysílání jediného programu reality show díky reklamě a sponzoringu.

Takže i kdyby měla rada nastokrát pravdu, tak kvůli lajdácky napsanému zákonu nemá absolutně žádnou šanci.

2.2.14 Není úniku

Zdá se, že před reality show není úniku. Mnozí mohou považovat VyVoleného Vladka a Filipa z Big Brother za vetřelce do svého soukromí, ale jiní naopak jejich vetřelectví s radostí vítají. Tito lidé možná postrádají vlastní realitu a proto vyhledávají tu, kterou jim nabízí televize [12].

Určitě ale není správný ten dojem, že všichni, kteří se na reality show dívají, se na ni za každou cenu dívat chtějí. Oni se spíš chtějí dívat na něco, na cokoli, protože je to součást zaplnění jejich volného či prázdného času.

Americký psycholog Zimbardo vytýká současným projektům reality show hlavně to, že nemají odborný komentář. Tvrdí, že by to pak mohla být živá učebnice psychologie. Jan Jiráček z Fakulty sociálních věd Univerzity Karlovy naopak tvrdí, že dělící čára mezi cirkusem a vědou musí být jasně čitelná.

Dalším nezpochybnitelným důvodem, proč reality show provokuje českou veřejnost, je i fakt, že se v ní objevují erotické scény. Sexuolog Petr Weiss v tom však nevidí ohrožení mravního vývoje dítěte a zdůrazňuje úlohu rodičů. Myslí si, že je to naopak pro rodiče příležitost, jak svým potomkům říct, že jejich láska a milostný život budou snad vypadat alespoň trochu jinak, než jak to vidí na obrazovce.

Jan Jiráček se domnívá, že je příliš triviální představou to, že když se děti podívají na reality show, tak je to nějakým způsobem zasáhne. A podle šéfredaktora časopisu Marketing & Media Daniela Köppla reality show neohrožují ani dospělí. Tvrdí, že tu jde o zábavu a že i lidé se tak na ni dívají.

Rozhodně odlišný názor na to ale má právě Rada pro rozhlasové a televizní vysílání, která udělila oběma reality show vysoké pokuty. Daniel Köppl si myslí, že v některých případech skutečně byly důvody k udělení pokuty, ale že zde šlo spíš o gesta. Předseda

radý Petr Pospíchal ale tvrdí: „Soukromé stanice provozují velmi výnosné podnikání a vědí, že je to byznys regulovaný. U dětí a mladistvých se vychází z toho, že oni si nemusejí uvědomovat, že jim to vadí. A správu nad tím přebírá společnost“.

2.2.15 Nebezpečí počítačových her

Čím víc se počítačové hry dostávají do povědomí široké skupiny lidí a zároveň do jejich domácností, tím víc se herní průmysl rozrůstá a děti, mládež i dospělí tráví tím více času před počítačovými monitory či televizními obrazovkami, propojenými s různými herními konzolemi [15].

Statistika říká, že 87 % nezletilých hráčů dostává svolení od rodičů při nákupu či půjčování her. V 92 % se nakupování rodiče přímo účastní. Prospějí rodiče dítěti, když mu k narozeninám koupí jeho vysněnou hru, nebo naopak negativně ovlivní jeho psychický vývoj a prožívání?

Touto otázkou se již několik let zabývá mnoho profesionálů s cílem dopátrat se nějakých rozumných výsledků. Obecně bohužel ale platí, že jednotlivé výzkumy přinášejí diametrálně odlišné závěry. V roce 2005 se Jessica Nicoll a Kevin Kieffer ze Saint Leo University rozhodli porovnat všechna dostupná data. Jejich závěr je takový, že násilné herní tituly vyvolávají agresivní chování. Ale stejným způsobem může děti a dospívající mládež negativně ovlivnit i sledování brutálních akčních filmů, hororů, seriálů nebo obyčejného zpravodajství, které komerční televize pravidelně plní šokujícími událostmi.

Největšímu ohrožení jsou v těchto případech vystavené děti do osmi let věku. Hrozí zde nebezpečí, že se mohou naučit agresivním postojům a chování, přičemž si násilí osvojí jako způsob řešení nějakých problémů. Dojde u nich ke snížení vnímavosti vůči skutečnému násilí nebo samy dostanou strach, že se stanou obětí sledovaných agresivních činů. V některých případech se tedy potom stává, že k reálnému násilí už je jenom krok, neboť nejenom že se dítě dívá na obrazovku, ale samo také do dění zasahuje a přitom mu působí radost, když může zasazovat rány a když všude stříká krev.

Případy herní závislosti rozhodně nelze brát na lehkou váhu. Jeden z psychologů dokonce varuje, že symptomy herní závislosti mohou být podobné jako v případě drog či alkoholu.

Důležitou úlohu zde opět hrají rodiče. Ti by měli mít vše pod kontrolou a vědět, kolik času jejich potomci tráví ve virtuálních světech a jakými hrami se zabývají. Jestliže

rodiče udrží virtuální fantazie svých dětí ve zdravé míře, mohou jim tak výběrem kvalitních titulů jediné prospět, neboť ty správně zvolené počítačové hry mají na vývoj dítěte rozhodně i pozitivní vliv. Hry mohou zrychlovat reakce, rozvíjet kreativitu a zlepšovat myšlení, řešení logických problémů a znalost cizích jazyků.

Řešením však není ani dítěti odepírat vyžití, které počítačové hry nabízejí. Pokud budou děti chtít, tak si stejně vždycky najdou nějaký způsob, jak se ke hře dostat a tak by jim rodiče spíše měli v jistém smyslu vycházet vstříc. Společně s dětmi se mohou dohodnout na vhodných titulech, určit herní režim a snažit se s nimi i o jejich oblíbených titulech diskutovat, v lepším případě se i do hry zapojit.

Existují nejméně 4 hlavní důvody, proč hrají rodiče počítačové hry společně s dětmi:

- Je to přání dětí.
- Je to dobrá příležitost pro socializaci s dítětem.
- Je to zábava pro celou rodinu.
- Je to dobrá příležitost ke kontrole obsahu hry.

2.2.16 Rodina a televize

S bezespornou samozřejmostí lze předpokládat, že sledování televize se stává významnou součástí života mnoha rodin. S tak velkou sledovaností samozřejmě vyvstává otázka vlivu televize na rodinu a na kvalitu rodinného života. Je jasné, že každý člen rodiny má jiné představy o výběru pořadů. Negativním vlivem televize je také to, že rodina před obrazovkou upadá do pasivity.

Zcela opačná představa počítá s tím, že televize nabízí členům rodiny různá témata k hovoru a tak svým způsobem přispívá k seznamu vzpomínek a představ, které členové rodiny sdílejí. Je prokázáno, že členové rodiny nesledují obrazovku beze slova, ale že si povídají o tom, co se na obrazovce právě odehrává a také o řadě jiných věcí.

Pokud je někde poukazováno na to, že někteří jedinci sami zažili, jak televize rodinu rozdělila, tak je třeba mít na paměti, že televize je v tomto případě spíše projevem rozdělení a nikoliv jeho příčinou.

Ani takové tvrzení, že se členové rodiny stávají otroky televize, nemůžeme přijmout jako samozřejmé, neboť to souvisí s celou řadou dalších faktorů. Nikdo se nestane

náruživým divákem televizní obrazovky jen proto, že ji vlastní a má ji doma. To je ovšem opět téma k dalším a dalším diskusím a spekulacím.

2.2.17 Děti a televize

Všeobecně se soudí, že na děti mohou mít média značný vliv. Děti jsou vnímány jako bezbranní a bezradní příjemci, kteří se nejsou schopni před mediovanými sděleními nijak chránit.

Velmi často se jako zdroj obav udává představa, že děti nedokáží najít rozdíl mezi fikcí a faktem a že realisticky zobrazeným fiktivním příběhům podléhají, jako by se doopravdy staly. Výzkum dokazuje, že schopnost rozlišovat mezi jednotlivými typy realismu získává dítě až kolem osmého roku života.

Proto je pravděpodobné a lze předpokládat, že od tohoto věku už je dítě schopné rozlišovat svět televizních postav a svět, ve kterém žije. Neměly by se však podceňovat vlivy, které se v dítěti utvářely v mladším období a jejichž důsledky by se mohly projevit někdy v pozdějším věku.

Obavy vyvstávají také z toho, že televize předkládá dětem nejrůznější modely chování v různých rolích. Existuje tu předpoklad, že v rámci nápodoby si dítě osvojí stereotypní zobrazení rolí a postoje, které televize nabízí a to nejen v pořadech určených dětem. Zejména se předpokládá, že si dítě vybere a osvojí především ta nejhorší modelová chování a ty nejméně žádoucí postoje. Naštěstí žádný výzkum dosud nic podobného neprokázal.

Naopak lze doložit, že vývoj postojů dětí v závislosti na televizní reprezentaci sociálních rolí se daleko více týká například představ o jejich budoucím povolání.

2.2.18 Zdravotní následky

- Starost o lidské zdraví je v tomto případě nepochybně na místě.
- Neustálé vysedávání před televizorem omezuje zdravý pohyb na čerstvém vzduchu.

- Tím také dochází k dnes velmi nebezpečně se rozvíjející obezitě, a to hlavně u dětí, neboť nejenže se moc nepohybují, ale navíc ještě před obrazovkou mlsají a konzumují různé pochoutky, které nejsou nijak zvlášť zdravé.
- Konzumenti si křiví páteř, kazí si oči.
- To, co médium předkládá, může působit negativně na nervový systém, například takové horory zvedají adrenalin a tím mohou narušovat klidný spánek. Zejména některým lidem a hlavně dětem se před usnutím neodbytně vybavují různé děsivé scény. Je prokázáno, že dlouhodobé duševní vypětí během sledování některých pořadů může dokonce poškodit mozkové buňky a spoje mezi nimi.
- I škodlivé záření asi tak v okruhu dvou metrů od obrazovky má na příjemce negativní dopad.

2.3 VÝCHOVA VE VZTAHU K MÉDIÍM

2.3.1 Aktuální otázky

Hned na počátku je třeba položit si následující otázky, které jsou víc než aktuální:

- Co je na televizi to nejhorší?
- To, že nás obírá o čas a hloupneme z ní?
- Anebo to, že odnaučuje děti číst a když sledují každodenní násilí v televizi, tak získávají pocit, že je to samozřejmost?
- Měla by se televize dětem zakázat?
- Měly by se dětské pořady přísně cenzurovat?
- Bylo by řešením, kdyby se nevhodné pořady pro děti nějak elektronicky zamykaly?
- Měly by se děti trestat za sledování programu v televizi, který jim byl zakázán?
- Nejsou na vině hlavně ti rodiče, kteří děti přenechávají televizi s tím, že oni sami na ně nemají čas?

Problémem je, že někteří obviňují televizi, jiní děti a další zase rodiče. Kdo je vlastně hlavním viníkem? Je nutné přemýšlet o problému vlivu médií a násilí v televizi a jeho působení na děti. V tomto působení jsou důležité ještě další faktory: škola, sousedé, kamarádi, tradice, ekonomická situace v rodině, víra, počítače a počítačové hry.

2.3.2 Je řešením zakázat dětem televizi?

Velkým šokem pro každého z nás je, když zjistíme a uvědomíme si, kolik času děti tráví před televizí. Základní ideou by tedy mělo být to, že veškerý přístup dětí k televizní či počítačové obrazovce od sledování Velkého bratra až po chatování s kamarády by měl být jen s dovolením rodičů. "Děti si myslí, že pokud nežijí život soutěžícího z Velkého bratra, tak že nestojí za nic" [4].

A k tomu ještě další rada, která nabádá dovolit dětem strávit čas před obrazovkou dvě hodiny a dost. Doporučuje to i americká pediatrická akademie. Dívání se dvě hodiny denně je natolik málo, aby bylo dítě ochráněno, a zase to není tak málo, aby se mu nedostalo vymožeností dnešního moderního mediálního světa.

Pro dnešní malé konzumenty mediální zábavy to však ale znamená nucený předčasný konec, tzn. Titanic bez happyendu, odchod z chatroomu uprostřed věty,... Hrozí tu velké nebezpečí, aby z toho pro děti nevyplynula nutnost docházet do internetových kaváren a na mejdanech jako hlavní náplň sledovat zakázané programy v televizi.

Bohužel k lítosti všech matek už ani počítač dlouho nezůstane v kolonce ničitelů dětského vývoje, neboť mail či volání přes internet udělaly ze zářící obrazovky stejně potřebnou součást domácnosti, jako je třeba pračka.

2.3.3 Jak postupovat při učení se užívat média

Hned v počátku je výborným řešením sehnat si nějakou odbornou knihu či publikaci, která je vhodná jako nezbytný rádce pro rodiče i učitele. Taková publikace dokáže poradit, jak mají tito lidé vychovávat děti, aby se z nich stali správní televizní diváci. Dokonce bývá dobrým poradcem i pro starší děti, kteří vychovávají své mladší sourozence a tak trochu i sami sebe.

Sledování televize může být například přirovnáváno k jídlu - tělesná potrava na talíři ve srovnání s duševní potravou na obrazovce. Člověk se musí hodně učit, aby mohl říct, že umí správně jíst, protože každé jídlo a pití se nehodí pro každého. „To, co konzumujeme z obrazovky, je duševní potrava. A na tom, jakou potravu přijímá duše, záleží stejně jako na tom, co máme na talíři a ve sklenici pro své tělo“ (viz [5], strana 8). Ovlivňuje to naši povahu, inteligenci, rozhled, přejícnost nebo sobectví, citlivost nebo otupělost,... Problém je ovšem bohužel v tom, že duše nemá břicho, které by začalo

v případě přejedení bolet. Nedovede se bránit tomu, co do ní nacpeme, třeba vyzvracením. Ale zase stejně tak jako tělo, i duše občas stůně. Někdy jenom trochu, jindy je to záležitost dlouhodobější.

Lidé mají v dnešní době nezměrný výběr duševní potravy. A to buď na televizních kanálech nebo v kinech a videopůjčovnách či v knihách a časopisech. Na člověku leží velická zodpovědnost za utváření jeho vlastního života a jeho duše. Pokud je člověk dostatečně uvědomělý a má zájem na tom, aby jeho duše byla co nejzdravěji živená, tak mu nejdříve vytane v mysli otázka, jak a čím má svoji duši živit.

2.3.4 Jak ovládnout obrazovku

Jsou známy případy lidí, kteří byli natolik radikální, že vyhodili televizní přijímač z okna. Někteří jej odnesli do sklepa nebo na půdu a další ho ani nekoupili. Takových případů je málo, ale existují i v dnešní přetechizované době.

Toto ale určitě není to nejsprávnější řešení. Přece jenom si je nutné přiznat, že lidé televizor v jistém smyslu potřebují, ale musí se naučit s ním žít, správně ho používat a tohle všechno naučit potom i své děti.

Základním a nejdůležitějším krokem je obrazovku ovládnout a nenechat ji, aby ona ovládla rodiny a jedince v ní. Není to snadné, protože programy jsou přeplněny a nabízejí toho nesčetně mnoho.

Každý rozumný příjemce média se musí naučit v rámci televizních programů si vybírat a tuto dovednost dále předávat svým dětem. Častým jevem je ta skutečnost, že si příjemce, pokud má zrovna chuť, sedne před televizor, zapne ho a prostě se dívá. Zapnutá televize na některé jedince působí jako magnet a tak je dokáže nějakým způsobem zaujmout i mizerný pořad. Klidně program kritizují, ale přesto televizor nevypnou.

Užitečné rady:

- Kontrolovat přístup dětí k televizi a internetu.
- Dovolit dětem sledovat televizi nebo hrát počítačové hry jen po krátkých časových úsecích.
- Neumísťovat televizi v ložnici či dětském pokoji.
- Sledování televize či používání počítače ráno a před spaním stejně jako při jídle není vhodné.

- Nejlepším řešením je si program sledování televize dopředu naplánovat a učinit to tak i s dětmi, aby se naučily včas vybírat to dobré, co televize nabízí.
- Dalším krokem je se naučit obrazovku kdykoli vypnutím opustit. Pokud pořad zklame veškerá očekávání, je nutné včas třeba i slovně zareagovat a okamžitě televizor vypnout.
- U počítačových her hrozí nebezpečí, že svou přitažlivostí a zábavnou formou mohou děti upoutat natolik, že jim počítač nahradí živého kamaráda. To znamená, že i v rámci počítače se musí dobře volit výběr jeho nabízených možností.
- Neustálým vysvětlováním a povídáním si s dětmi o škodlivosti násilí, pornografie, kých, senzací a reklamy se jistě snáze docílí toho, že si děti na tyto pořady vytvoří ten správný pohled a názor a nebudou jim přikládat nijak zvlášť velký důraz ve svém životě.
- Vyjadřovat své názory i mimo rodinu, na veřejnosti, se také vyplácí. Pomalu se u nás vytrácí vědomí, že každé veřejné vystoupení rodičů je velmi důležitou součástí výchovy jejich dětí. Na schůzkách rodičů ve škole je zapotřebí mluvit i o televizních pořadech, filmech. Za spolupráce dětí je možné psát dopisy do televize, rozhlasu, do novin.
- I to, že se děti naučí záporně reagovat na zapnuté přijímače v restauraci, dálkovém autobuse či letadle a nebojí se zažádat o jejich vypnutí, značí velký úspěch v rodinné mediální výchově.
- Určitým vhodným řešením se zdá být i zakoupení videa či DVD. Vhodné nahrávky se mohou bez problémů zapůjčit a spousta pořadů se dá prostřednictvím videa nahrát do zásoby.
- Důležité je také se nebát dětem televizi zakazovat. Ať již určitými domluvami a vysvětlením nebo přímým striktním zákazem, kterému následuje okamžité vypnutí obrazovky.
- Dítě, které dosáhlo věku dvanácti let, by už mělo mít v normální rodině za sebou několik rozhovorů s rodiči na téma pornografie, mediální násilí. Mělo by vědět, čím tyto produkty lidi tolik přitahují a hlavně proč jsou škodlivé. Co však je nejvíce důležité, dítě by mělo umět tyto výrobky jakýmkoli způsobem odmítat.
- Snažit se co nejvíce naplnit zajímavě čas bez televize a bez počítače.

2.3.5 Televize - odměřování

V rodinách se často vítězí nad televizí tím, že si rodiče dokážou sami sobě a posléze i svým dětem určit maximální počet hodin, který týdně stráví u obrazovky. V některých publikacích je doporučovaná dávka pět hodin týdně (bez naučných pořadů, zpravodajství), což se ve většině případů lidem zdá až přehnaně málo. Deset hodin vhodného výběru pořadů je ještě pro dospělé celkem únosná volba a patnáct hodin je z hlediska duševního zdraví už absolutní maximum překročitelné pouze za výjimečných okolností, například v nemoci.

Dětem do tří let stačí chvilka, kterou televize věnuje večerníčku. Předškolákům již lze povolit ještě k tomu nějakou pohádku či přírodní dokument.

Čím je dítě starší, tím se samozřejmě jeho nároky na sdílení televizních programů zvyšují, avšak čím méně si na obrazovku navyknou, tím lépe se je podaří i v pozdějším věku v rámci sledování televize usměrňovat.

Nikdy nebo pouze zcela výjimečně se děti volají k televizi, když jsou zabráni do nějaké jiné činnosti, například pokud si hrají. Když je nutné děti nějakým způsobem za něco potrestat, nabízí se možnost trest vztáhnout na sledování televizních programů - na jejich zákaz. Dítěti to nijak zásadně neublíží a naopak je to pro něj daleko prospěšnější, než kdyby se mu zakázala účast v kroužku či pobyt venku na čerstvém vzduchu.

2.3.6 Dívá se celá rodina

Již s tím nejmenším členem rodiny je dobré sledovat večerníček, aby měl pocit sounáležitosti a zájmu svých rodičů. Ti nejmenší by v žádném případě neměli zůstat u zapnuté obrazovky samotní. Během pohádky mohou všichni, co se dívají, dění na obrazovce společně s dítětem komentovat, například smíchem či politováním nějakého nešťastného skutku. Pomáhají mu tak vypěstovat si schopnost vcítit se, smysl pro spravedlnost i smysl pro humor. Okamžitě po skončení pořadu je potom možné si s potomkem o příběhu povídat a navzájem si vyprávět, co se na obrazovce odehrávalo. Přispívá to mimo jiné k obohacování slovní zásoby dítěte.

V tomto rituálu je vhodné pokračovat i u starších dětí a i s nimi probírat právě zhlédnutý pořad. Není na škodu nechat je se dívat i na film pro ně ne zcela pochopitelný a být neustále ve střehu pro jakékoli vysvětlení daného jevu.

2.3.7 Sledování televizních zpráv

Velkým problémem je rozhodnutí, zda dovolit starším dětem sledovat televizní zpravodajství. Tyto obavy pramení hlavně z ukázek drastických, z detailních záběrů obětí havárií, znetvořených těl a zkrvavených tváří. Pravdou je, že je to realita a není proč ji před dětmi zakrývat, ale tady se musí hlavně brát v potaz dětská duše, která je ještě bezbranná a velmi zranitelná.

Podstatné je, že děti by zprávy sledovat měly, měly by mít přehled o tom, co se v republice a ve světě děje. Řešení je jednoduché. Než říkat dětem, aby se při drastických záběrech otáčely a nedívaly se, je z výchovného hlediska nejlepším řešením televizi rovnou vypnout a od takovéhoto záběrů ušetřit celou rodinu.

Ještě jeden problém je nutné v rámci televizních zpráv vyřešit. A to, jak se před dětmi tvářit a vyjadřovat se k určitým typům zpráv. Nežádoucí je být ke všemu lhostejní a nerušeně a v tichosti sledovat jakékoli bezpráví a hrůzy světa. Děti tohle všechno velmi citlivě vnímají a vrývají si to nezapomenutelně do paměti.

Pokud děti neuvidí u svých rodičů opakovaně na něco takového absolutně žádnou reakci, tak se pak není čemu divit, že se v budoucnosti chovají v podobném stylu. Křivdy světa jsou jim lhostejné, dokonce se do nich i s klidem zapojují, podléhají nepravostem. A od rodičů se odvracejí s pohrdáním, někdy dokonce až s velkou nenávisť.

Okamžité reagování na všechno, co se v televizi odehrává, dokáže mnoho. S dětmi by se mělo vše řádně konzultovat, prodiskutovávat pro a proti. Rodiče si tak mohou vyslechnout názor svého potomka na věc a pokud je to nutné, včas ho usměrnit a nasměrovat ho na tu správnou cestu. Společně mohou například i třeba jen nepatrnou částkou přispět na dobrou věc, podpořit ty, kteří to nutně potřebují.

2.3.8 Učitel a mediální výchova

Vliv učitele na děti je ve všech směrech velký a nezanedbatelný. Poté, co děti nastoupí povinnou školní docházku, tráví ve škole s učiteli podstatnou část dne a také rozhodně podstatnou část svého života.

Učitel by tak měl své role využít i v rámci výchovy dětí k médiím. Má k dispozici nesčetně možností, ať již v podobě názorných pomůcek, organizovaných her či pouze v podobě rozhovoru.

- Důležité je, aby vyučující začal nejprve sám u sebe. Měl by promyslet svůj postoj k masové kultuře, případně ho přehodnotit a začít na média nahlížet tím správným zdravým kritickým pohledem.
- Tento získaný a naučený postoj ihned předávat dál. A to nejenom dětem ve třídě, ale stejně tak i jejich rodičům. Příležitostí je k tomu mnoho. Během jakéhokoli jednání s rodiči, ať již z toho pozitivního pohledu nebo toho negativního. Pokud se u některého z dětí objeví nějaký problém projevující se u něj v chování, je možné, že příčina může být v přílišném sledování televizní či počítačové obrazovky. Rodiče je nutné na to upozornit a okamžitě jednat. Informovat je o tom, jaké hrozí nebezpečí a jak si mají následně počínat.
- Stejně jako doma, tak i ve škole platí pravidlo: televizní obrazovku využívat co nejméně a zároveň tedy co nejúčelněji. Ani ve škole by se děti neměly odkládat k televizoru jenom proto, aby si učitel mohl odpočinout.
- Učitel by měl mít alespoň nepatrný přehled o tom, co jeho žáci sledují doma v televizi, aby si s nimi o pořadech mohl občas popovídat. Rozhovorem s žáky napomáhá rozvoji jejich slovní zásoby, ale hlavně je tím může naučit dostatečné kritice pořadů. Děti by se měly naučit rozeznávat na obrazovce rozdíl mezi kýčem a uměním.
- Jako rodiče doma by se měli vyjadřovat ke sledovaným pořadům, tak i učitel ve škole by měl umět vyjádřit svůj postoj ke zhlédnutému. Humorným tónem lze některé situace zlehčit, popřípadě zesměšnit, protože mravokárné poučování většinou na děti tolik neplatí. Někdy je ale nutné vážně žáky varovat před některými ukázkami a podněty, které obrazovka nabízí, a které jsou pro děti nějakým způsobem nebezpečné.
- Děti by měly být seznámeny s tím, že vše, co vidí v různých pochybných filmech, je většinou absolutně mimo skutečný reálný svět a že se to nedá v žádném případě se světem, v němž žijí, srovnávat.
- Částečným řešením je i zřídit na škole jakousi videotéku, ale jen s těmi kvalitními nahrávkami. Tyto se pak mohou dětem i rodičům půjčovat. Učitel by je měl dokonce doporučovat, pokud by byly opravdu hodnotné.

3 PRAKTICKÁ ČÁST

3.1 VÝZKUMNÉ ŠETŘENÍ

3.1.1 Cíl výzkumného šetření

Praktickou část práce tvoří výzkumné šetření prostřednictvím vyhodnocení dotazníků. Šetření bylo provedeno pouze na základních školách, neboť jeho cílem bylo zjistit míru působení médií na žáky na prvním stupni základní školy. Zajímavé bude jistě srovnání druhých a čtvrtých tříd, na které bylo výzkumné šetření zaměřeno. Dalším záměrem bylo utvoření si jakési představy o tom, jaký mají tyto děti k médiím vztah, zda rodiče doma alespoň nějakým způsobem uplatňují mediální výchovu, jaké jsou pro děti nejpřitažlivější pořady v televizi a jaká je náplň jejich volného času.

Velkou pozornost si jistě zaslouží otázky v dotazníku zaměřené na právě v době výzkumného šetření v republice probíhající první série reality show. Nemalým přínosem bude určitě vyhodnocení toho, jak dalece respondenty tyto reality show ovlivnily.

3.1.2 Způsob výzkumného šetření

Výzkumné šetření bylo provedeno formou dotazníku (viz. Přílohy), který obsahuje celkem 14 otázek:

- 1) Které z těchto zařízení máte doma?
- 2) Díváš se rád/ráda na televizi?
- 3) Jak často se na televizi díváš?
- 4) Radí se s tebou rodiče o tom, na které televizní pořady se můžeš dívat?
- 5) Zakazují ti rodiče dívat se na některé pořady?
- 6) Kterou z těchto televizních stanic sleduješ nejčastěji?

7) Díváš se na současné reality show Big Brother a VyVolení?

8) V jakém televizním čase se na reality show díváš?

9) Které televizní seriály a pořady sleduješ a proč?

10) S kým se nejčastěji díváš na televizi?

11) Je něco, co se ti v televizi nelíbí? Co?

12) Co děláš, když se nedíváš na televizi?

13) Co z uvedených příkladů čteš nejraději?

14) Kdo je tvůj nejoblíbenější člověk v televizi? A proč?

V dotazníku se objevují otázky zjišťovací, doplňovací a otázky nabízející určitou škálu možností výběru.

3.1.3 Prostředí výzkumného šetření

Výzkumné šetření bylo uskutečněno v druhé polovině měsíce listopadu roku 2005. Do šetření byly zapojeny dvě stávající Základní školy v městě Vlašim (ve Středočeském kraji, v dnes již neexistujícím okrese Benešov), které má zhruba 12 tisíc obyvatel včetně několika sousedících vesnic.

Dotazované školy:

1) ZŠ Sídliště 968, Vlašim, 258 01

2) ZŠ U Vorliny 1500, Vlašim, 258 01

Na obou základních školách byli do šetření zapojeni žáci vždy 2. a 4. třídy. Celkem dotazovaných bylo 101 respondentů, z toho 55 dívek a 46 chlapců.

3.1.4 Zhodnocení výzkumného šetření

Vyplněné dotazníky byly nejprve rozpracovány v tabulkách. Následně se jednotlivé položky zanesly do grafů, které umožňují lepší znázornění a přehlednost. V práci se objevují sloupcové i koláčové grafy a výsledné údaje jsou zaokrouhleny na dvě desetinná místa.

Jednotlivé grafy jsou u většiny otázek zpracovány zvlášť pro dívky a chlapce a zvlášť pro 2. a 4. třídu, aby byl patrný rozdíl jak v názorech jednotlivých pohlaví, tak i v názorech určitého věku respondentů.

Poznámky ke grafům

Vzhledem k tomu, že v dnešní době se pořady nabízené televizními stanicemi neustále mění a vznikají stále nové a nové seriály, reality show apod., tak zde pro snadnější porozumění některých grafů uvádím stručnou charakteristiku ke každému z uvedených aktuálních pořadů či dětských hrdinů.

Otázka číslo 7:

Reality show Big Brother („Velký bratr“)

Reality show TV Nova. Televize vybere 12 dobrovolníků, kteří se předem přihlásí do konkurzu, a ti se posléze stanou obyvateli jednoho domu. Tito lidé zároveň souhlasí s tím, že budou nonstop nahráváni, a že to nejzajímavější bude následně odvysíláno v televizi. Dům nemohou opustit. Stěny domu jsou posety polopropustnými zrcadly, za nimiž jsou kamery, které sledují veškeré dění. Také jsou všichni odposloucháváni mikrofony a každý soutěžící má ještě svůj osobní mikrofon. Protože obyvatelé domu žijí odtrženi od okolního světa, tak netuší, co se odehrává venku. Tím není jejich jednání nijak zkresleno nebo přizpůsobováno venkovním náladám, což zaručuje autentičnost. Izolace trvá pro posledního zbylého soutěžícího celkem 100 dní. Velký bratr - hlas, který promlouvá na obyvatele domu - dává různé tajné úkoly, které zpravidla při nesplnění automaticky daného člověka nominují na vyřazení. Diváci pokaždé hlasují, kdo dům opustí z předvybraných kandidátů. Kdo zůstane jako poslední, vyhrává 10 mil. Kč.

Reality show VyVolení

Reality show TV Prima. Po úvodním týdnu voleb, kdy si diváci zvolí své favority do soutěže, je první část soutěží přestěhována do vily. Postupně je následují i ostatní

vybraní soutěžící. Konečný počet je 15 obyvatel vily. Zde jejich osudy sledují 24 hodin denně desítky kamer. Televize Prima přináší několikrát denně záznamy a informace z dění ve vile. Soutěžící vilu nemohou opustit. Stěny jsou posety polopropustnými zrcadly, za nimiž jsou umístěny kamery, které sledují veškeré dění. Všichni jsou odposlouchávání mikrofony a každý soutěžící má také ještě svůj osobní mikrofón. Protože i obyvatelé vily žijí odtrženi od okolního světa, netuší, co se odehrává venku. Soutěžící dostávají tajné úkoly, které musí plnit. Sami mezi sebou pokaždé hlasují, koho by vyřadili. Dotyčný si k sobě vybere soupeře a mezi nimi pak rozhodují diváci. Kdo vyhraje, získává 11 milionů, ale ve věčných darech.

Otázka číslo 9:

Čarodějky

Prue, Piper a Phoebe jsou na první pohled tři obyčejné sestry. I když je každá jiná, přesto jedna na druhou nedá dopustit. Jejich životy se od základu mění po zjištění, že mají po svých rodičích vrozené magické schopnosti. Jejich údělem se tak kroměžití normálního pozemského života stává i boj se zlem, démony a negativními silami.

Kobra 11

„Jejich revírem je dálnice. Jejich tempo je vražedné. Jejich protivníci jsou překupníci kradených aut, vrahové a vyděrači“, tak lze doslova citovat úvodní motto seriálu, které mluví za vše. Hlavní hrdinové seriálu jsou muži, kteří pracují ve dne i v noci a jejich úkolem je chránit bezpečnost lidí nejenom na dálnici.

Ordinace v růžové zahradě

Prostředí plné emocí, intimity i dramatických příhod. Hlavním centrem převážně veškerého dění je gynekologická ordinace. Od ní se také odvíjí všechno ostatní. Prolínají se zde rozličné lidské osudy, zejména osudy hlavních hrdinů, kteří tvoří zvláštní seskupení a jsou v podstatě taková jedna velká rodina.

Rodinná pouta

Obsahem seriálu jsou mezilidské vztahy, a to z různých úhlů pohledu. V nejrůznějších situacích se zde promítají vztahy v rodině, práci, vztahy mezi muži a ženami, mezi generacemi. Hrdinové seriálu procházejí osudovými krizemi, jsou vystavováni zkouškám

charakterů, bojují se zradou a s intrikami a prožívají lásku, nenávist, přátelství, vzdor. Stěžejním bodem seriálu je rodina, která spoutává v tom dobrém i zlém, dává zázemí, kořeny, ale někdy také příliš svazuje, pohlcuje a své členy může i ničit.

Simpsonovi

Americký kreslený seriál. V roce 1993 ho Česká televize poprvé zařadila do svého vysílání. Nepřestává děti stejně jako univerzitní intelektuály bavit ani na počátku 21. století. Jsou to příběhy o disfunkční, avšak milující se rodině otce Homera, matky Marge a jejich střapatých dětí, Barta, Líze a Maggie. Seriál prezentuje v sympatickém světle někoho, kdo se nebojí přiznat k hlouposti, nezřízené chuti ke sladkostem a pivu. Pozoruhodný je ovšem konec každého dílu. V něm se totiž Simpsonovi mění v lidi velmi citlivé, pro něž je rodina vším.

Ulice

Seriál je postaven na tom, že žádná ulice není obyčejná a každá skrývá nějaké příběhy a tajemství. Ulice může být svědkem čehokoli, například nadějí, snů i zklamání lidí, kteří v ní žijí. Tento seriál zavádí diváky do vlídné ulice, kde se odrážejí lidské životy a jejich osudy.

Otázka číslo 11:

MASH

Seriál je typický slovním humorem pro dospělé, vážnými tématy z prostředí války a nemocnice a relativně složitými ironickými dialogy.

Otázka číslo 14:

Lucie Bílá, Helena Vondráčková, Karel Gott

- současní populární zpěváci

Tomáš Krejčíř, Linda Rybová, Vojta Kotek, Julia Roberts

- herci současné generace (Rybová, Krejčíř – herci seriálu Ordinace v růžové zahradě)

Ronaldinho, Petr Čech

- fotbalové hvězdy

Michal Nesvadba, Dáda Patrasová

- moderátoři pořadů pro děti

Mr. Bean, Piper, Walker Texas Ranger

- postavy z populárních zahraničních seriálů (Piper – Čarodějky)

Vladko, Katka, Michal a Tereza Pergnerová

- soutěžící a moderátorka z reality show VyVolení

Aneta Langerová

- vítězka hudební soutěže Česko hledá superstar

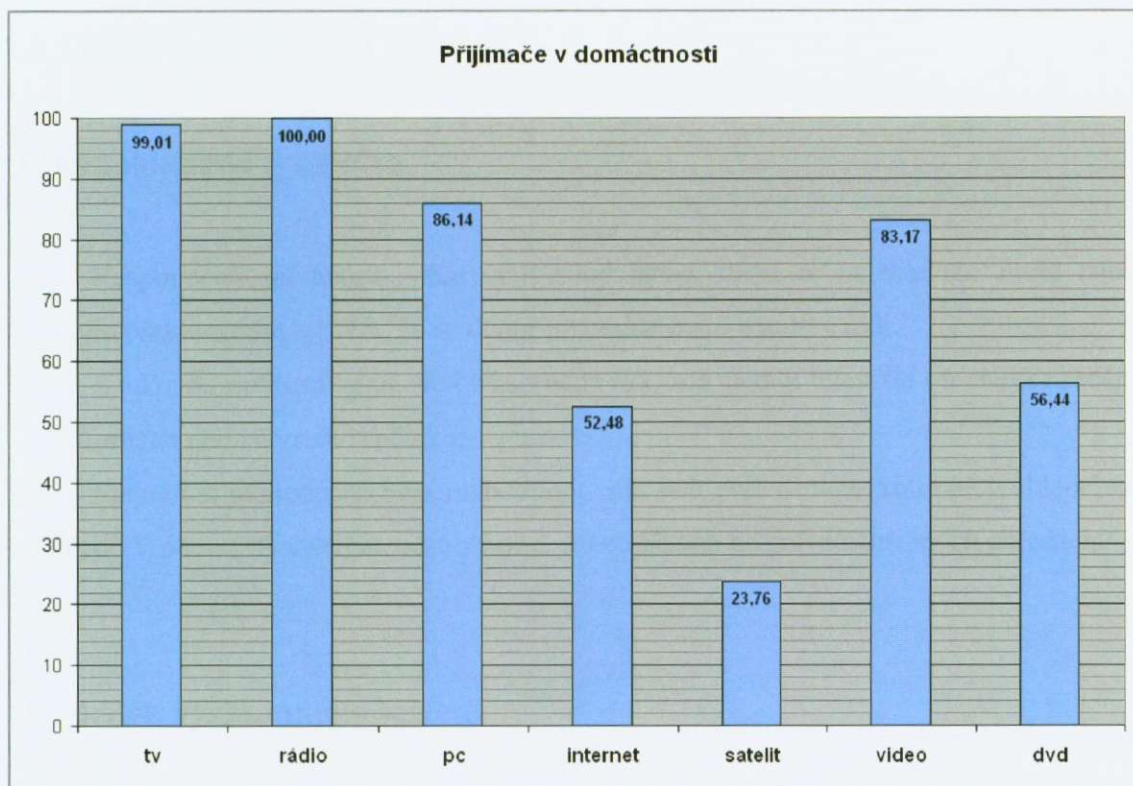
1) Které z těchto zařízení máte doma?

Předpokládaná hypotéza

S téměř 100 % jistotou se dá říci, že televizní přijímač mají v domácnosti všichni dotázaní žáci. Stejně tak to platí i o rozhlasovém přijímači. Co se týká počítače a internetu, tak lze předpokládat, že počítač již bude také vlastnit většina domácností, avšak internet zřejmě ještě není v českých domácnostech tak rozšířenou doménou. Určitě se bude ve většině domácnostech vyskytovat satelit a stejně tak i video, které je však v současné době nahrazováno ve velkém počtu přístroji DVD.

Výsledek výzkumného šetření

Naprostá většina dnešní domácností vlastní televizní obrazovku. Potvrdil se i 100 % podíl rádií v domácnostech. Více jak 80 % procent dotazovaných uvedlo, že mají doma k dispozici počítač a video. Trochu zarážející je necelý 24 % výskyt satelitních zařízení. Velmi zajímavý je v domácnostech nárůst internetu a DVD, který uvedla nadpoloviční většina dotazovaných.



Z grafu vyplývá, že hypotéza se ve většině případů potvrdila. Velkým překvapením je ovšem zjištění, že ne všichni dotazovaní mají doma televizor. 100 % vlastnictví narušuje jeden respondent, který uvedl, že televizní přijímač doma nevlastní.

O tom, že satelit má doma pouze necelých 25 % dotazovaných, by se dalo polemizovat, neboť se zde nabízí otázka, zda jsou si děti s určitostí vědomy toho, že opravdu satelit mají či nemají. Příjem satelitních stanic je dnes také schován pod kabelovou televizí.

To, že se u dnešních mladých rodin s dětmi začíná stále více vyskytovat internet, je pro děti z pohledu přívalu nových informací velkým přínosem. Je zcela jisté, že potřeba internetu a DVD bude v domácnostech v budoucnosti neustále narůstat. Pokud se budou využívat správným způsobem a převážně k těm smysluplnějším účelům, není proč se jejich požívání bránit a obávat.

2) Díváš se rád/ráda na televizi?

Předpokládaná hypotéza

Respondenti již tohoto věku mají silný návyk dívat se na televizi. Proto není žádným překvapením zjištění, že se dívají rozhodně často a tudíž i rádi.

S takovou určitostí se už ale ovšem nedá říct, zda sledují televizní obrazovku raději žáci druhého nebo čtvrtého ročníku.

Stejně tak jednoduché není rozhodnout, zda sedí před obrazovkou raději chlapci či děvčata. V obou případech ale samozřejmě záleží hlavně na právě nabízených pořadech.

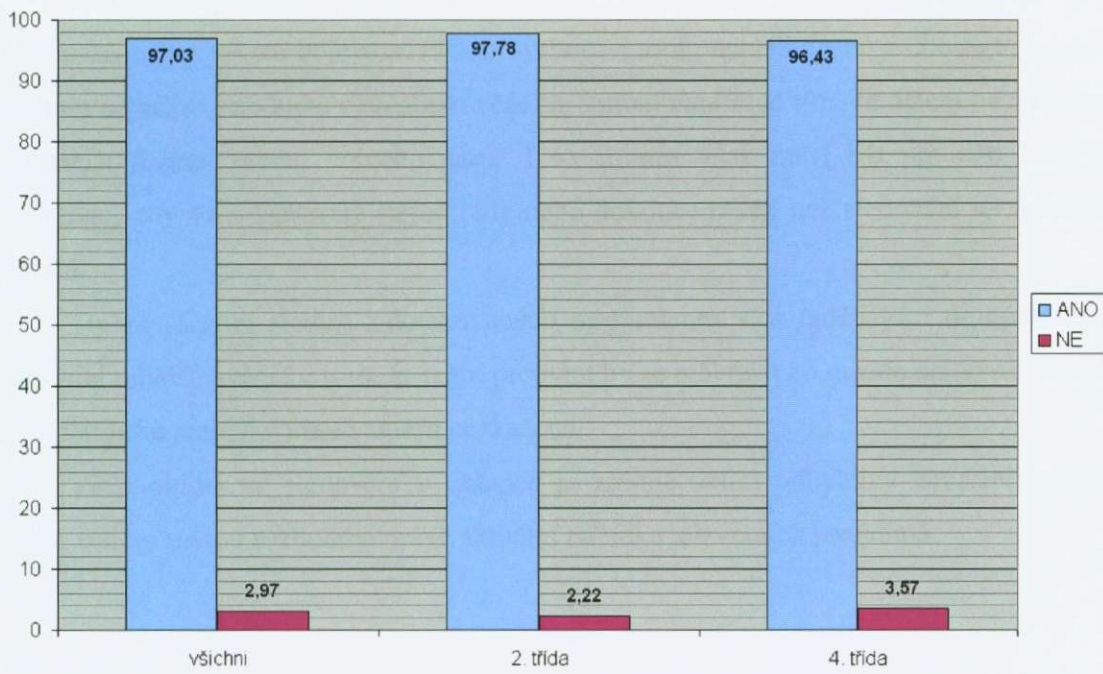
Výsledek výzkumného šetření

Oblíbenost v dívání se na televizi je ve všech případech víc jak 90 %, což je velmi vysoké číslo.

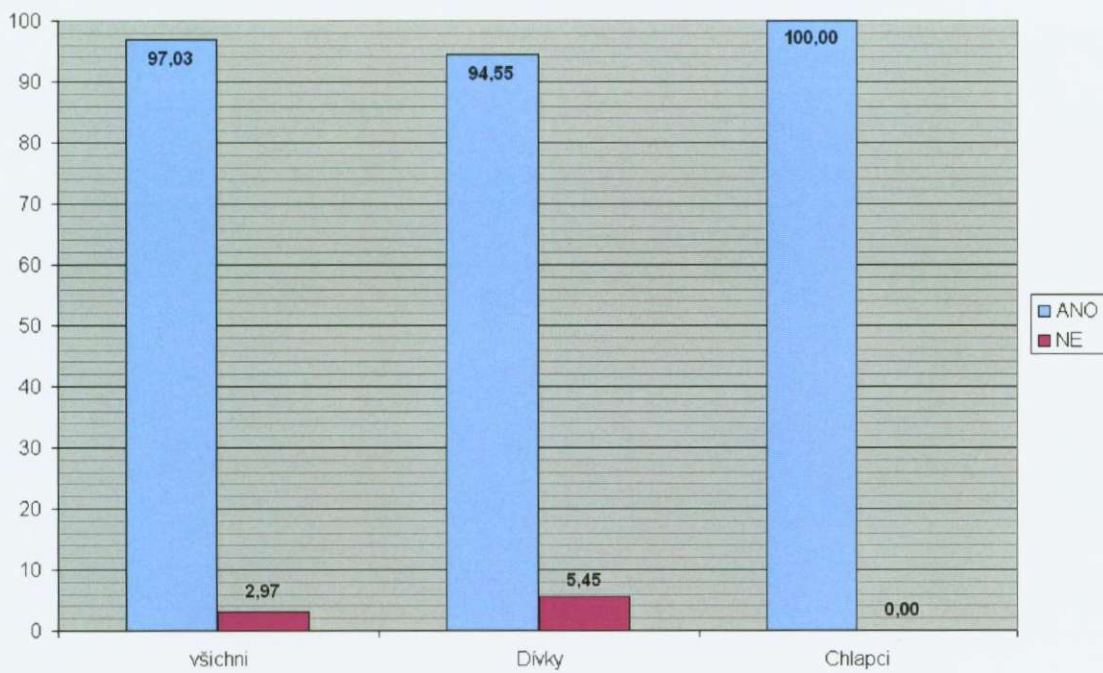
O nepatrné procento více žáků ve čtvrtých třídách sledují televizi méně raději než ve druhých třídách.

Chlapci v dotazníku uvedli, že jejich obliba ve sledování televize je 100 %, zatímco dívky asi v 5 % případů uvedly, že se dívají na televizi nerady.

Oblíbenost TV (2. třída - 4. třída)



Oblíbenost TV (divky - chlapci)



Hypotéza se potvrdila.

Alarmující počet oblíbenosti dětí ve sledování televize již není v dnešní době pro nikoho žádným velkým objevem. Přesto bychom k tomu neměli zůstat lhostejní a měli bychom nějakým vhodným způsobem včas zasáhnout například tím, že dětem nabídneme vhodnější formu trávení volného času. Tato činnost však musí být pro děti natolik lukrativní, aby se jí věnovaly stejně rády nebo dokonce raději než sledování televizních pořadů.

To, že televizi sledují z dotazovaných respondentů více raději žáci druhých tříd, tedy žáci mladší, svědčí o tom, že tento problém by se měl řešit co možná nejdříve, dokud jsou děti ještě malé a v tomto směru nezkažené.

Větší obliba ve sledování u chlapců je zřejmě velmi pohyblivý ukazatel, neboť určitě velkou měrou rozhoduje právě aktuální nabídka televizních programů.

3) Jak často se na televizi díváš?

Předpokládaná hypotéza

Děti se v současné době dívají na televizi stále více a to mají přitom k dispozici nesčetně možností, jak lépe trávit svůj volný čas.

Není pochyb, že u televize stráví každý respondent minimálně dvě hodiny denně.

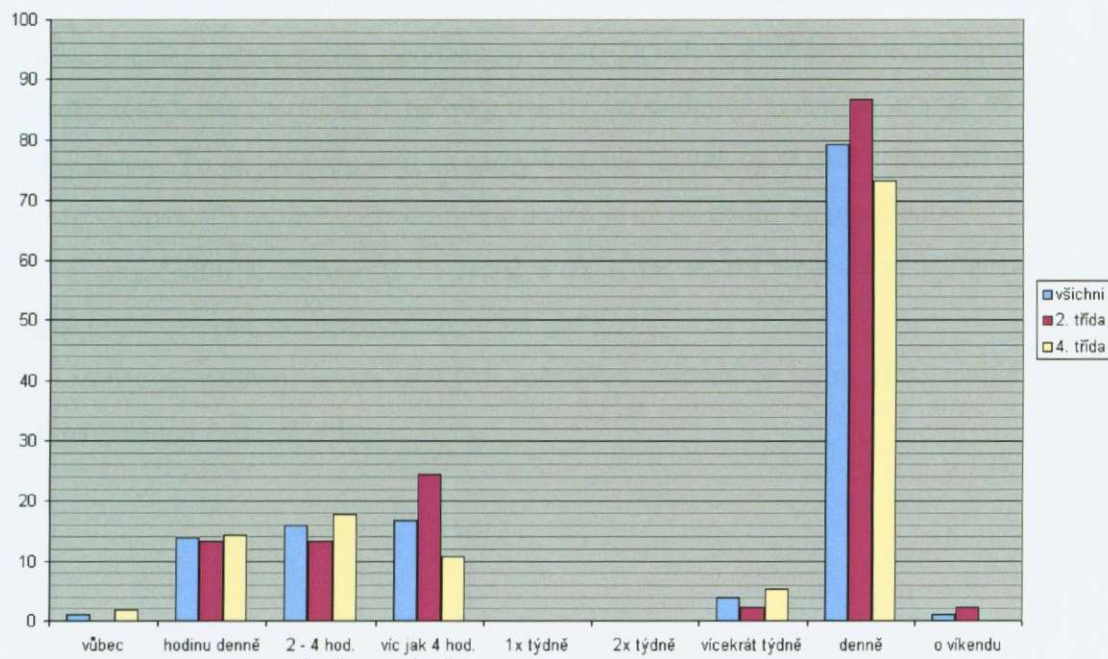
Na sledování pořadů mají díky méně povinnostem ve škole více času žáci druhých tříd a o všelijaké vysílané televizní seriály projevují větší zájem dívky než chlapci.

Výsledek výzkumného šetření

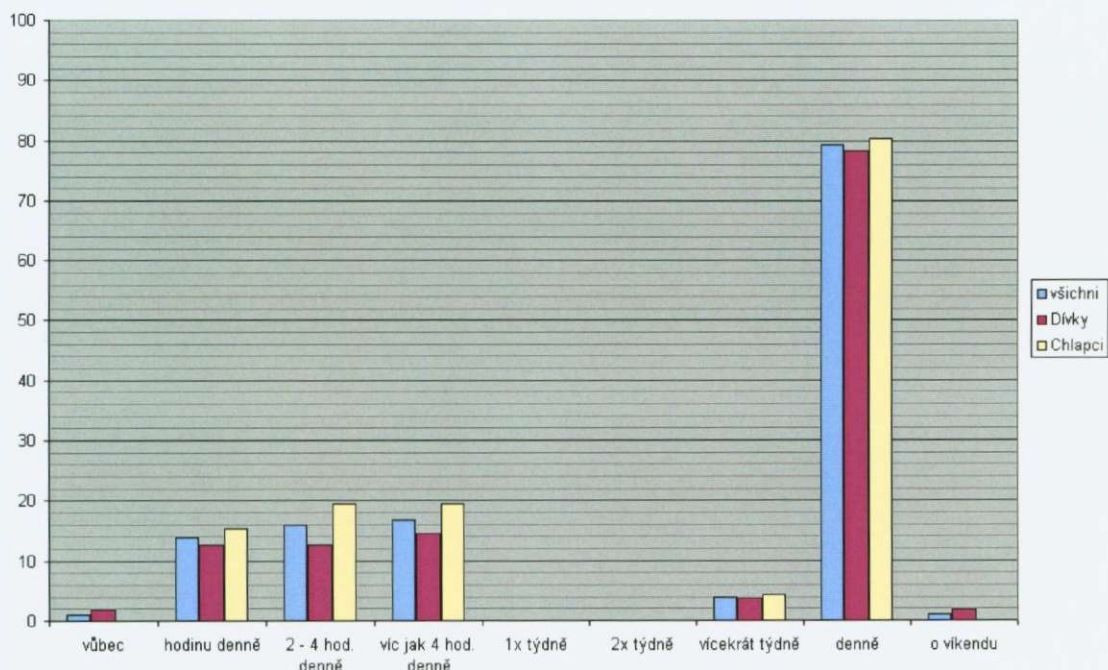
Nejvíce respondentů označilo, že sledují televizi denně bez dalšího bližšího určení – v této sledovanosti vedou 2. třídy. U druhých ročníků byla zaznamenána větší sledovanost než u čtvrtých ročníků v čase více jak 4 hodiny denně. 4. ročníky označily více čas sledování 2 - 4 hodiny denně a nejméně byla zaznamenána 1 hodina denně. Že televizi nesledují vůbec, označili pouze respondenti 4. tříd.

Ve všech zaznamenaných časech jsou chlapci ve vedoucí pozici před dívkami a pouze dívky označily, že se na televizi nedívají vůbec.

Jak často se díváš? (2. třída - 4. třída)



Jak často se díváš (dívky - chlapci)



Hypotéza se z větší části potvrdila.

Respondenti sledují každopádně televizi denně a bohužel jsou to opravdu žáci druhých ročníků, kteří uvedli sledovanost vyšší. Za nebezpečné bychom měli považovat výsledky týkající se času, kdy 2. ročníky uvedly, že sledují televizní obrazovku více jak 4 hodiny denně. To už opravdu stojí za zamyšlení, ale hlavně by se mělo okamžitě zakročit, protože sledovat TV pořady přes 4 hodiny denně je už rozhodně na pováženou.

S označením sledovanosti 1x týdně a 2x týdně se respondenti vůbec nezabývali, zřejmě to považovali za absolutně zbytečné.

Vůbec se nedívají pouze dívky 4. ročníků a zároveň je velmi překvapující, že ve sledování vedou celkově chlapci.

4) Radí se s tebou rodiče o tom, na které televizní pořady se můžeš dívat?

Předpokládaná hypotéza

V dnešní době se daleko více rodiče zajímají o to, co dělají jejich děti ve svém volném čase, jak dlouho a jak často sledují televizi a také které pořady. Proto je předpoklad, že se budou hodně angažovat ve vybírání televizních pořadů pro své děti.

U dětí ve druhých třídách by se měli rodiče zajímat o sledování těch správných pořadů daleko víc než u dětí čtvrtých tříd, neboť ty už by měly mít jisté návyky zažité více a proto by měly být ve výběru vhodných pořadů daleko zodpovědnější.

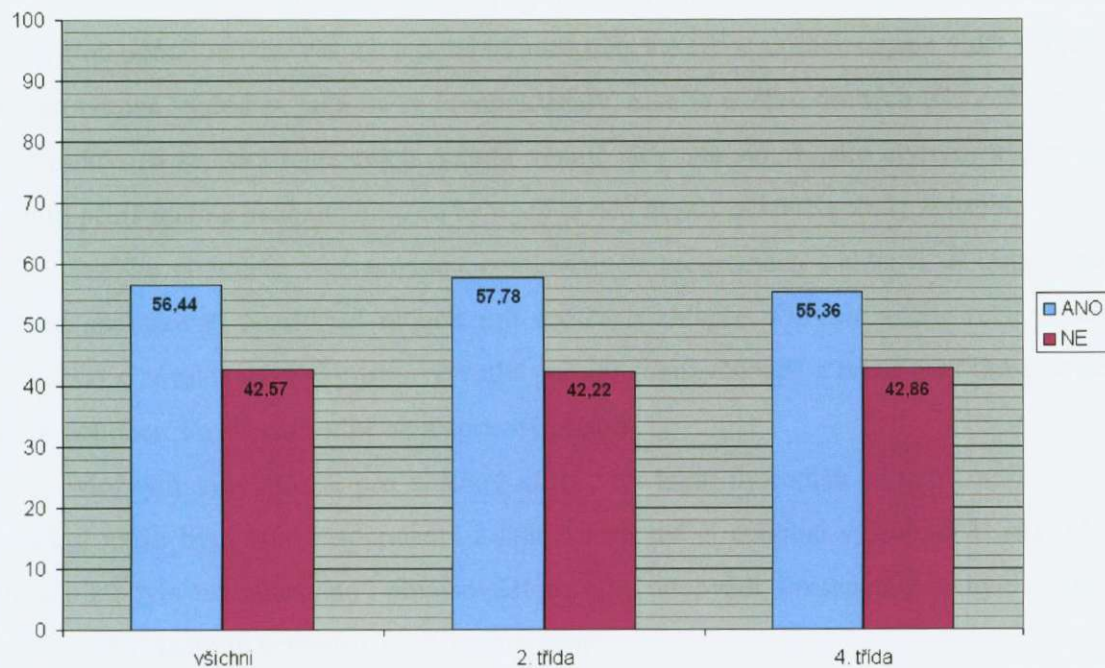
Zda rodiče radí ve výběru více dívkám nebo chlapcům již není natolik podstatné, ale rozhodně to zde stojí za uveřejnění.

Výsledek výzkumného šetření

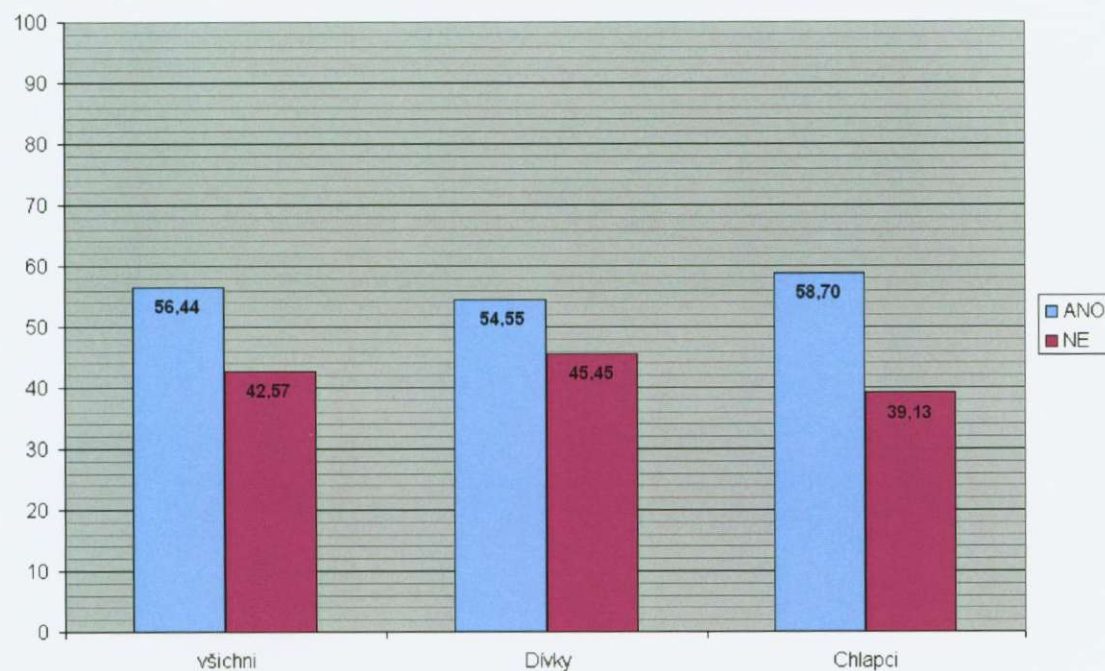
Rodiče radí ve výběru pořadů více mladším dětem než starším. Přesto není rozdíl mezi druhou třídou a čtvrtou třídou nijak velký. Kolem 55 % dotázaných v obou třídách uvedlo, že jim rodiče s výběrem radí, avšak asi 43 % respondentů uvádí, že jim rodiče neradí vůbec.

Více radí rodiče při sledování televize chlapcům.

Rady rodičů (2. třída - 4. třída)



Rady rodičů (dívky - chlapci)



Hypotéza se v tomto případě bohužel příliš nepotvrdila.

I přesto, že rodiče dnes tak propagovaná osvěta nabádá k tomu, aby měli pod kontrolou pokud možno vše, co jejich potomek dělá a o co se zajímá, nejsou vidět v jejich zájmu takové výsledky, jaké by se předpokládaly. Sice je u žáků druhých tříd znát, že se jim rodiče co se týká televizních pořadů věnují více, ale stejně jako čtvrtým třídám se věnují příliš málo a nedbají na to, co by u jejich dětí mohly některé pořady způsobit.

Jestliže si rodiče více povídají o televizních programech s chlapci, o tom se dá pouze spekulovat. Například mohou mít rodiče o chlapce v tomto směru větší strach a mohou si myslet, že dívky jsou ve volbě pořadů zodpovědnější a proto není třeba na ně tolik dohlížet. To ale rozhodně není správný přístup.

Možným vysvětlením pro zjištěný nízký vliv kontroly rodičů (u této i následující otázky) může být i stud respondentů a jejich nepřesné či neúplné vyjádření. U několika dotazníků bylo zaznamenáno i prepisování původní odpovědi. Přesná data by bylo možné získat individuálním šetřením, např. rozhovorem.

5) Zakazují ti rodiče dívat se na některé pořady?

Předpokládaná hypotéza

Zde se nabízí domněnka, která pramení z výsledků předchozích dvou grafů. Vystává z toho obava, že výsledky grafů následujících budou podobně neuspokojující. Stejně tak jako málo rodiče dětem radí, které pořady si vybrat, tak jim zřejmě budou obdobně málo pořady zakazovat.

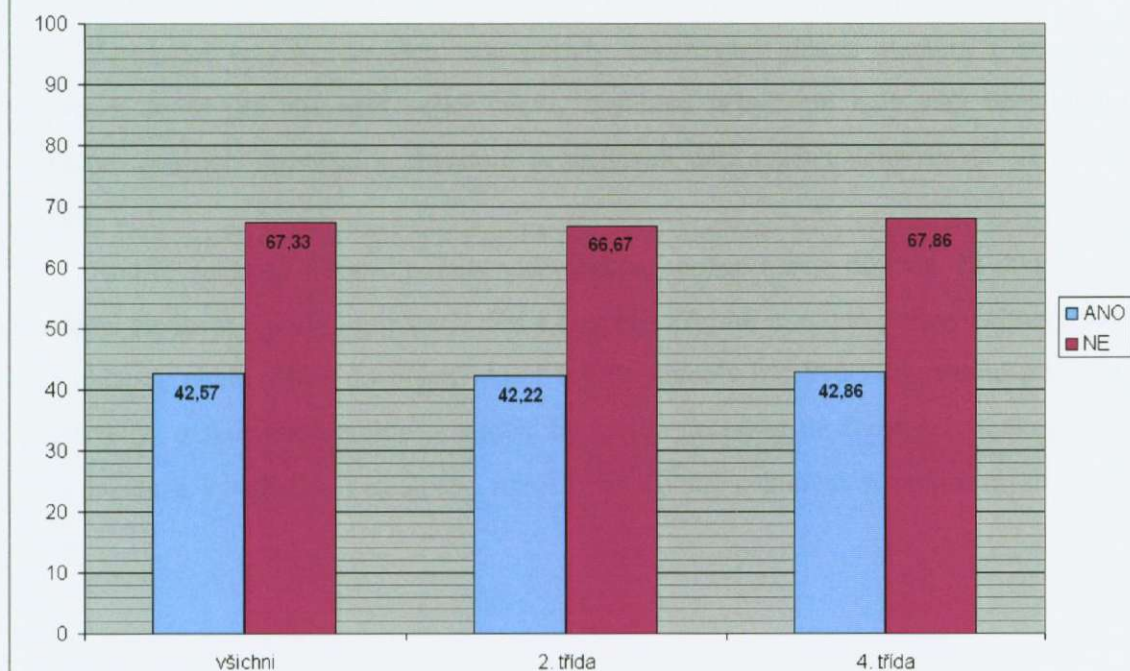
I v tomto případě by se měli rodiče věnovat více dětem mladšího věku.

Výsledek výzkumného šetření

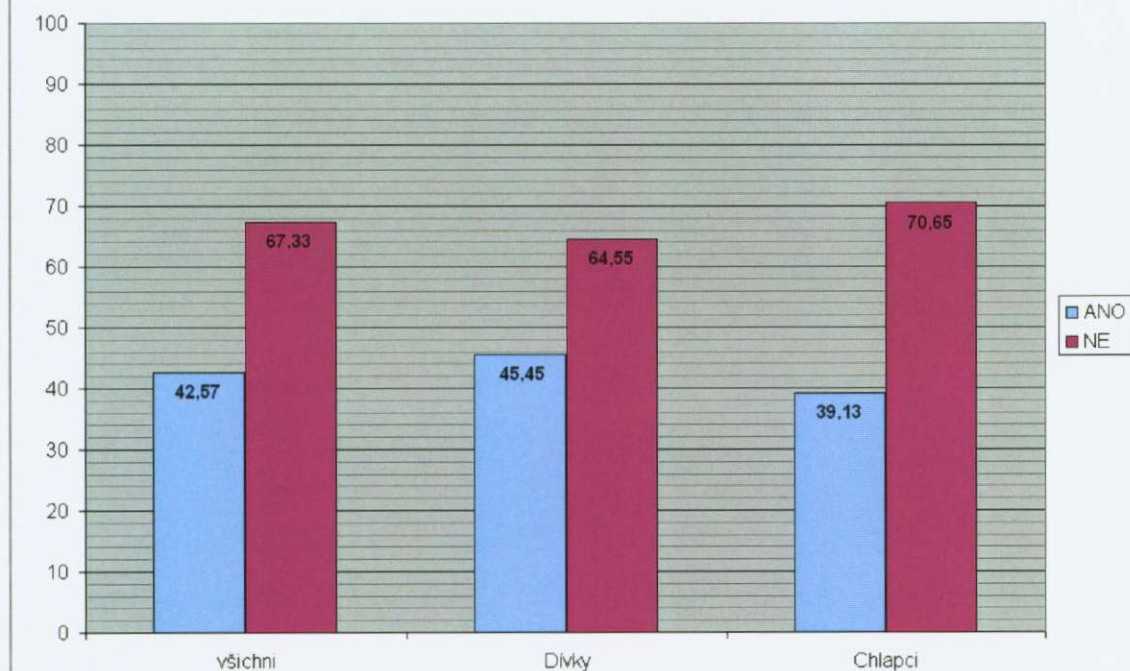
Méně jak 50 % dotazovaných dětí rodiče zakazují sledování některých pořadů. Nepatrně více žáků čtvrtých tříd uvedlo, že jim rodiče pořady zakazují. Asi 67 % v obou třídách však rodiče pořady vůbec nezakazují.

Více jsou pořady zakazovány dívkám než chlapcům.

Zákazy rodičů (2. třída - 4. třída)



Zákazy rodičů (dívky - chlapci)



Hypotéza se potvrdila pouze v tom, že rodiče opravdu málo zakazují dětem některé televizní pořady, což ale opět není dobrý ukazatel.

Zarážející je i to, že více jsou pořady zakazovány dětem starším, i když jen nepatrně. Je to pro nás opět velká výzva, abychom nebyli ani tady vůči nevhodným pořadům pro děti lhostejní a abychom nenechávali děti sedět u televize, ať už dávají cokoli.

Rodiče zakazují některé pořady více dívkám možná z toho důvodu, že dívky mají tendenci sledovat pořady i pro starší děti a dospělé. Zřejmě se o tyto pořady zajímají více než chlapci, neboť dříve dospívají. Ale i tak by neměly být kvůli takovýmto pořadům připraveny o skutečnou realitu a neměla by se jim nechávat možnost vrýt si do paměti iluzi jakéhosi vysněného nereálného milostného života, o kterém si potom myslí, že je čeká.

6) Kterou z těchto televizních stanic sleduješ nejčastěji?

Předpokládaná hypotéza

V sledovanosti u dívek bude zřejmě na prvním místě TV Nova.

ČT 2 budou upřednostňovat daleko více chlapci, díky sportovním pořadům. Na druhém místě by se u nich mohla objevit ČT 1 a až potom teprve obě komerční televize.

Zároveň i žáci z 2. tříd budou trvat v oblíbenosti na TV Nova, neboť jim končí škola dříve a mají tudíž více času na sledování nekonečných seriálů na Nově či Primě.

U 4. ročníků se již počítá s větší rozumovou vybíravostí v pořadech, proto se nabízí myšlenka, že mají daleko více v oblibě programy ČT 1, popřípadě ČT 2.

Vzhledem ke komerčnosti se dá předpokládat, že v celkové největší sledovanosti zvítězí televize Nova, popřípadě TV Prima. ČT 1 se jistě umístí hned po nich a na posledním místě bude se svou typickou nabídkou pořadů figurovat ČT 2.

Výsledek výzkumného šetření

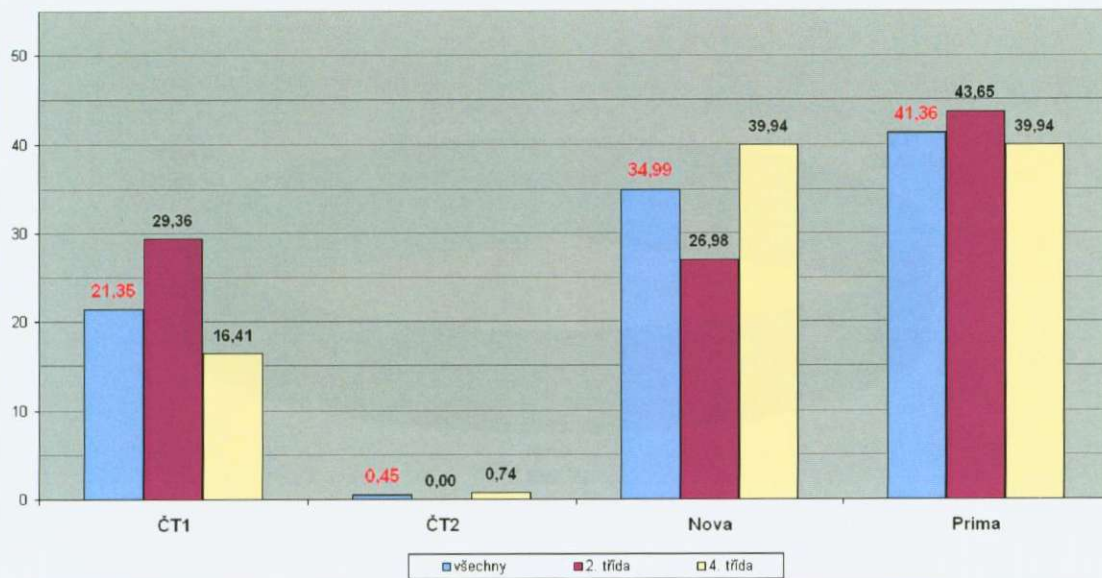
Dívky z 2. a 4. tříd upřednostňují televizi Prima před TV Nova. ČT 2 sledují jen minimálně a ještě pouze děvčata ze 4. tříd. Dívky 2. tříd uvedly jako nejoblíbenější stanici na prvním místě ČT 1 a TV Nova až na místě posledním, kdežto pro dívky 4. tříd jsou nejlukrativnější stanice Nova i Prima zároveň.

Chlapci z 2. a 4. tříd dali na první místo televizi Nova a až po ní Primu. Oproti dívkám ale zase sledují daleko více ČT 2. Chlapci 2. tříd sledují mnohem více televize ČT 1 a ČT 2 než chlapci 4. tříd. Ti naopak o to více sledují TV Nova a Primu.

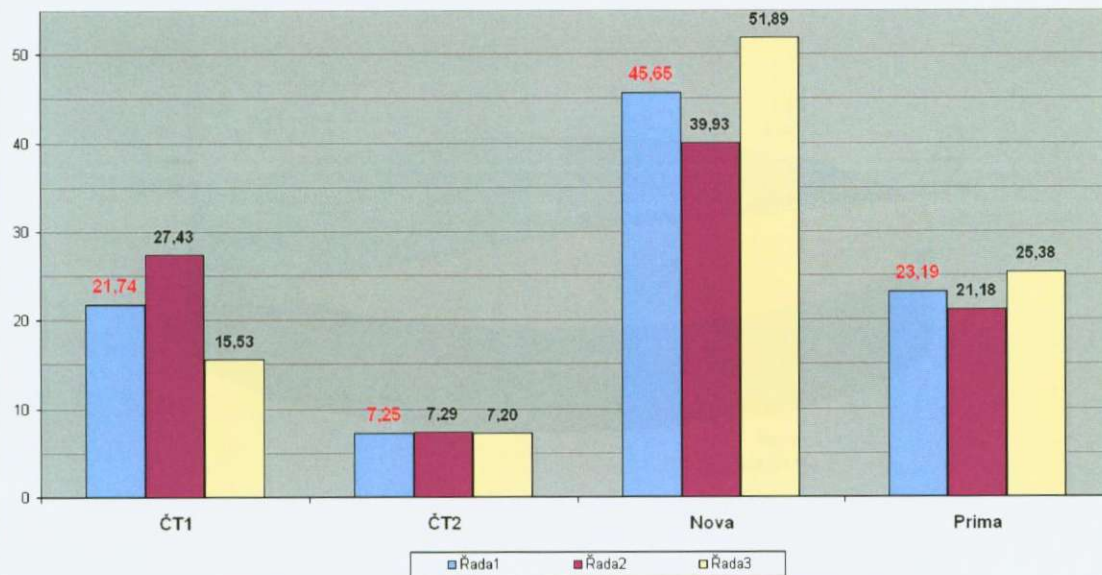
2. ročníky sledují komerční televize méně než 4. ročníky a o to více sledují ČT 1 a ČT 2.

V celkové sledovanosti zvítězila u dotazovaných respondentů televize Nova a hned v závěsu za ní komerční TV stanice Prima. Pětinový podíl na oblíbenosti má ČT 1, minimum zaujímá ČT 2.

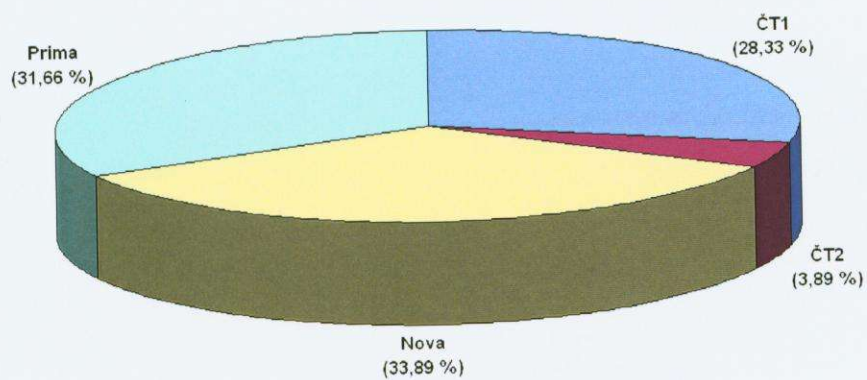
Sledovanost TV stanic DÍVKY (2. třída - 4. třída)



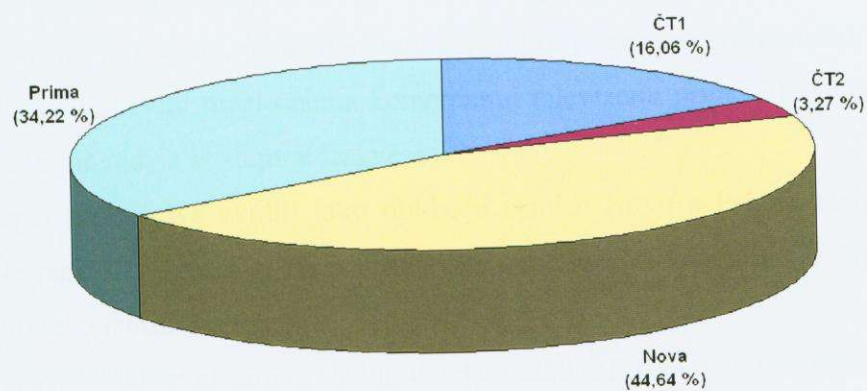
Sledovanost TV stanic CHLAPCI (2. třída - 4. třída)

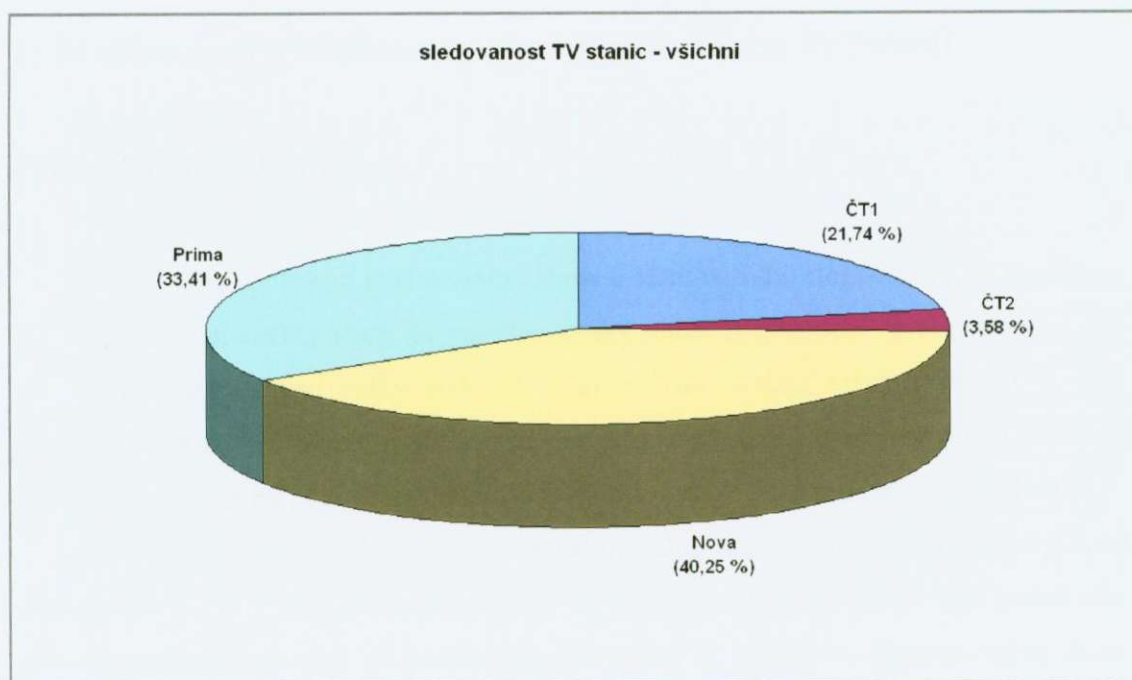


sledovanost TV stanic (2. třída)



sledovanost TV stanic (4. třída)





Podle grafů se dá usoudit, že hypotéza se v některých bodech nepotvrdila.

Dívky souhrnně upřednostňují televizní stanici Prima a co je velmi povzbudivé, žákyně druhých ročníků mají dokonce v oblibě nejraději ČT 1, potom Primu a až na posledním místě je u nich Nova. Poněkud zarážející je ale naopak výsledek u dívek 4. tříd, které zřejmě nevidí mezi oběma komerčními televizemi příliš velký rozdíl a tak je sledují obě stejně rády a se stejnou frekvencí.

Chlapci překvapivě zvolili jako oblíbené stanice Novu a Primu. Stejně tak jako u dívek ale naštěstí 2. ročníky zachránily skóre tím, že upřednostnily ČT 1 před oběma komerčními televizními stanicemi.

Celkově 2. třídy překvapivě sledují daleko raději ČT 1 a ČT 2, což je až s podivem.

Snad nebude pokračovat tento jakýsi pomyslný trend, že čím budou děti starší, tím horší budou mít vkus při volbě oblíbených televizních stanic a jejich pořadů.

7) Díváš se na současné reality show Big Brother a VyVolení?

Předpokládaná hypotéza

Celkově by sledování těchto reality show u žáků prvního stupně nemělo přesáhnout 50 %. Sledování reality show je pro 2. ročníky téměř nepřipustné, proto nebudou mít na celkové sledovanosti velký podíl. 4. třídy se také nemají z těchto pořadů na čem přiučit, ale dá se počítat s tím, že rodiče jim sledování spíše dovolí než jejich mladším spolužákům. Měla by převažovat větší sledovanost u méně kontroverzních VyVolených.

Dá se předpokládat, že větší měrou se o reality show budou zajímat dívky, a to zejména ze 4. tříd a zřejmě u nich povedou VyVolení. Z chlapců zřejmě také budou více sledovat ti starší, zde však by mohlo dojít ke změně, že by je více zajímala reality show Big Brother.

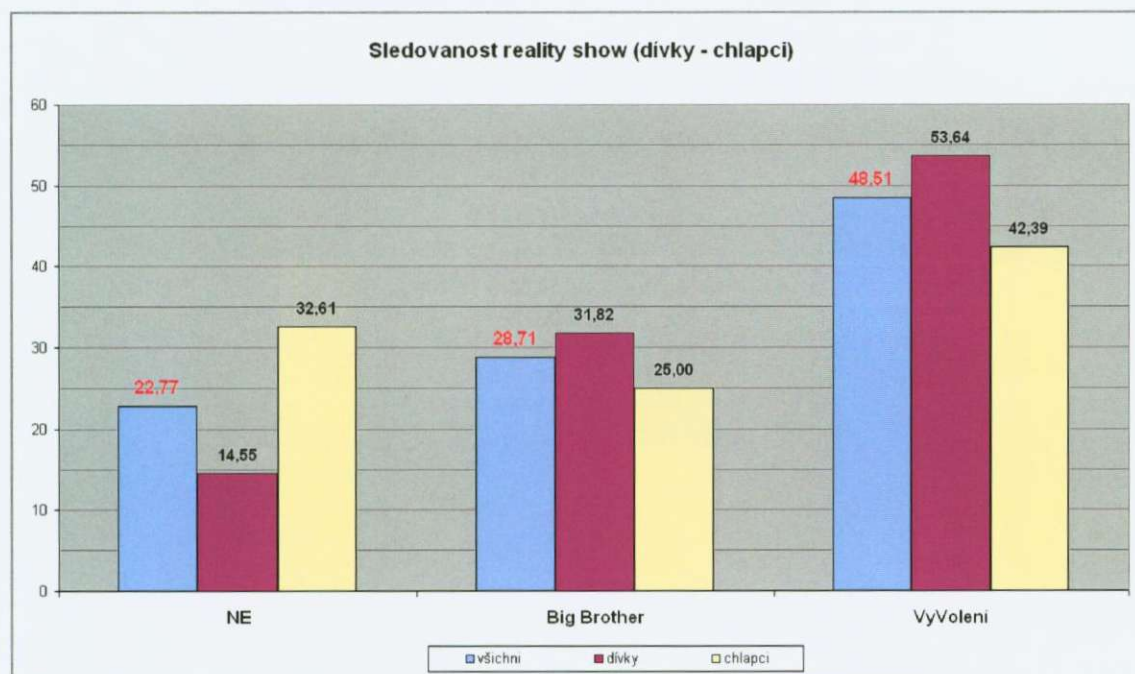
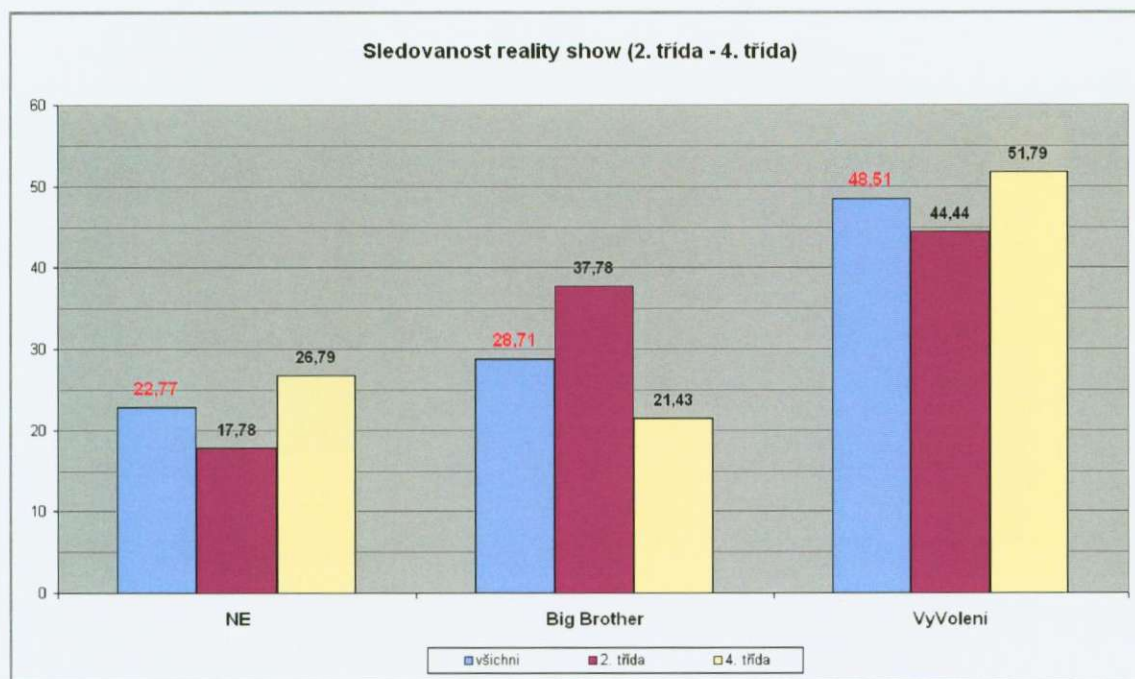
Výsledek výzkumného šetření

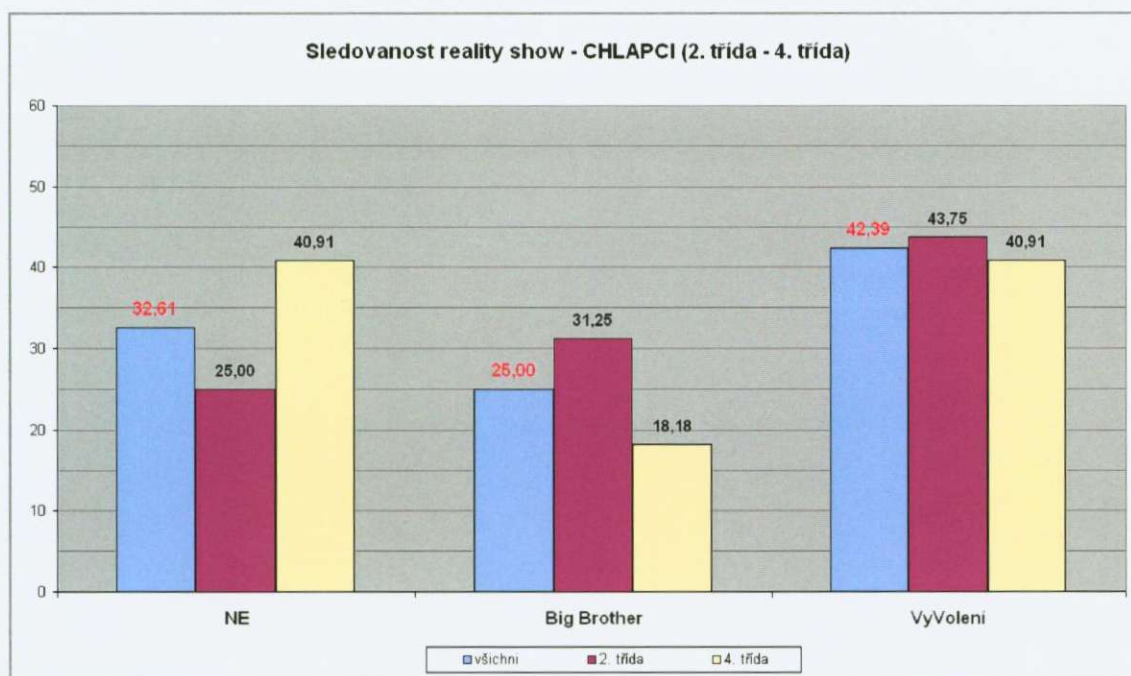
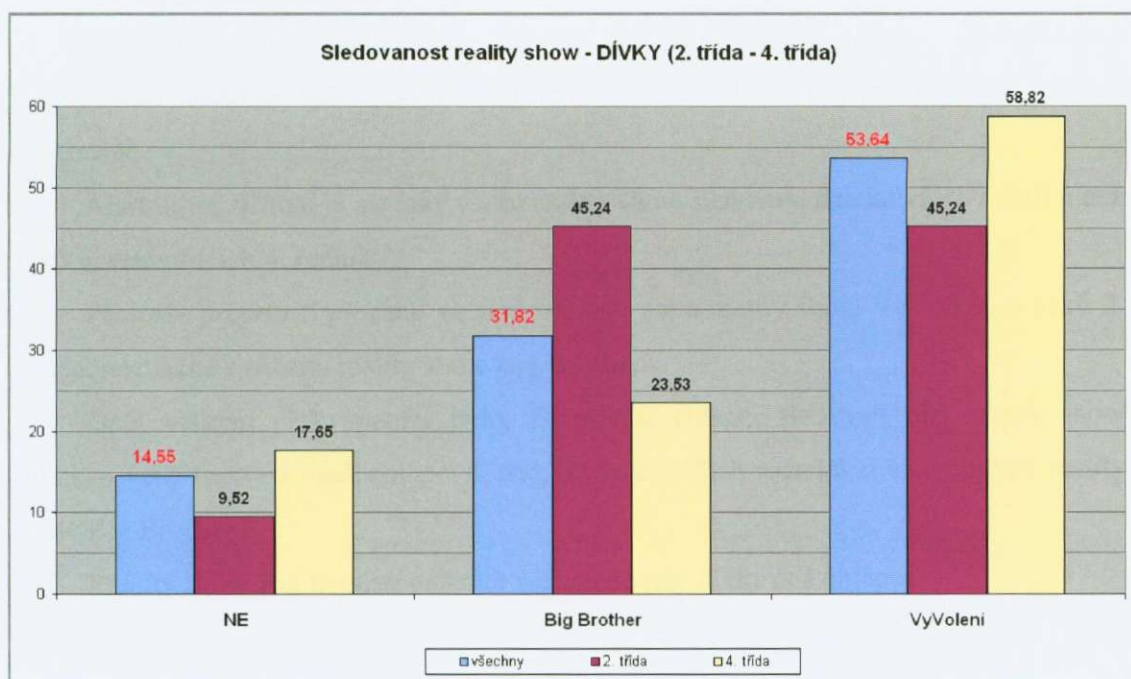
Pouze 23 dětí z celkových 101 (tj. 22,77 %) nesleduje ani jednu reality show, z toho více jich je nesledují žáci 4. tříd. Celkově v oblíbenosti zvítězili VyVolení. Žáci 2. ročníků sledují Big Brother daleko více než 4. ročníky, ale i u nich vítězí VyVolení, byť jen těsně (38 % pro Big Brother ku 44 % pro VyVolené). U žáků 4. třídy je převaha oblíbenosti reality show VyVolení velmi výrazná (téměř 2,5 x více respondentů pro VyVolené než pro Big Brother).

Reality show celkově více sledují dívky než chlapci a to jak reality show Big Brother, tak i VyVolené. Převaha VyVolených je u obou pohlaví srovnatelná. Ze všech chlapců se na reality show vůbec nedívá téměř 33 %, u dívek je to necelých 15 %.

Dívky 2. tříd mají raději reality show Big Brother a naopak dívky 4. tříd preferují VyVolené.

Chlapci 2. tříd sledují oproti chlapcům ze 4. ročníků v daleko větší míře jak reality show Big Brother, tak i VyVolené.





Hypotéza nebyla potvrzena. Téměř 4/5 z celkového počtu dotazovaných respondentů sledovalo reality show, ač to rozhodně nebyly pořady pro ně ničím vhodné a přínosné.

Alarmující zjištění je ale také to, že reality show sledovalo daleko víc 2. ročníků než žáků navštěvujících 4. ročníky.

Přestože procentní převahu ve sledovanosti měla reality show VyVolení, u žáků 2. tříd jednoznačně zvítězila reality show Big Brother.

Opět velkým překvapením bylo, že mladší chlapci sledovali obě reality show s daleko větší frekvencí než chlapci 4. tříd, dívky z nižších ročníků si více oblíbily reality show Big Brother.

Reality show Big Brother celkově více sledovaly dívky než chlapci.

8) V jakém televizním čase se na reality show díváš?

Předpokládaná hypotéza

Nejvíce by se u dotazovaných respondentů měl objevit čas odpoledních hodin, neboť to jsou již většinou všichni ze školy doma a mohou reality show sledovat. V hlavním televizním čase (primetime) by bylo dobré, aby žáci sledovali reality show co nejméně, ale zřejmě to bude u nich nejaktuálnější čas na sledování. Po 23. hodině už snad nesleduje reality show nikdo.

Žáci druhých tříd se na reality show dívají určitě více v odpoledních hodinách a večer jen minimálně, kdežto čtvrté ročnice budou mít pravděpodobně v hlavním televizním čase větší procento sledovanosti.

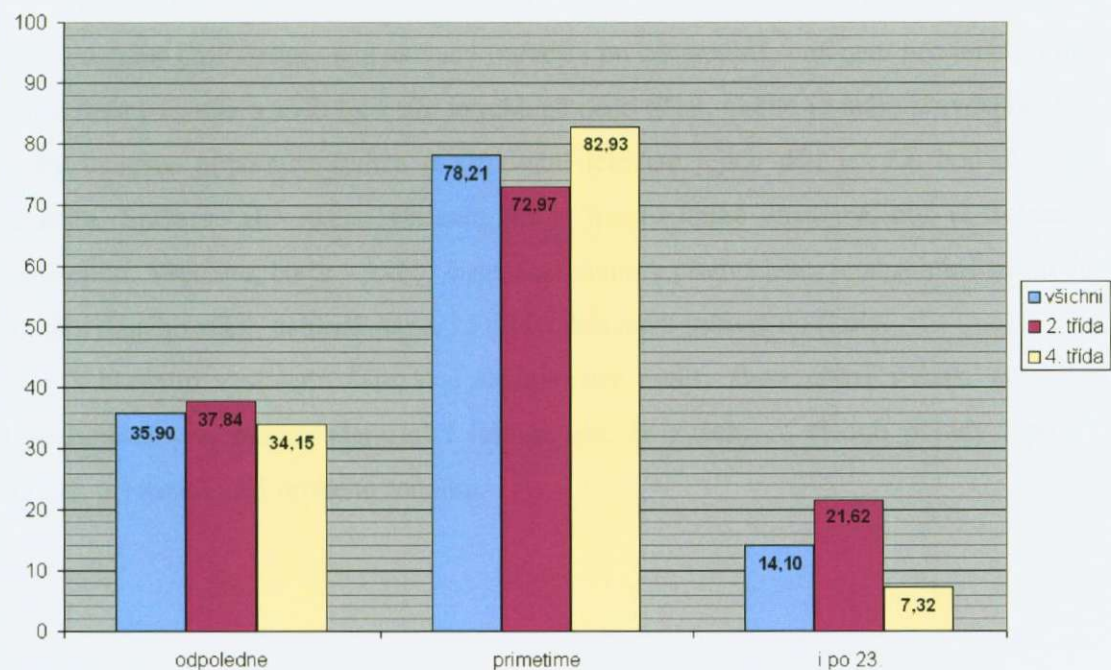
Výsledek výzkumného šetření

Nejvíce dotazovaní sledují reality show v hlavním vysílacím čase a to skoro v 80 % všech případů, nejméně po 23. hodině.

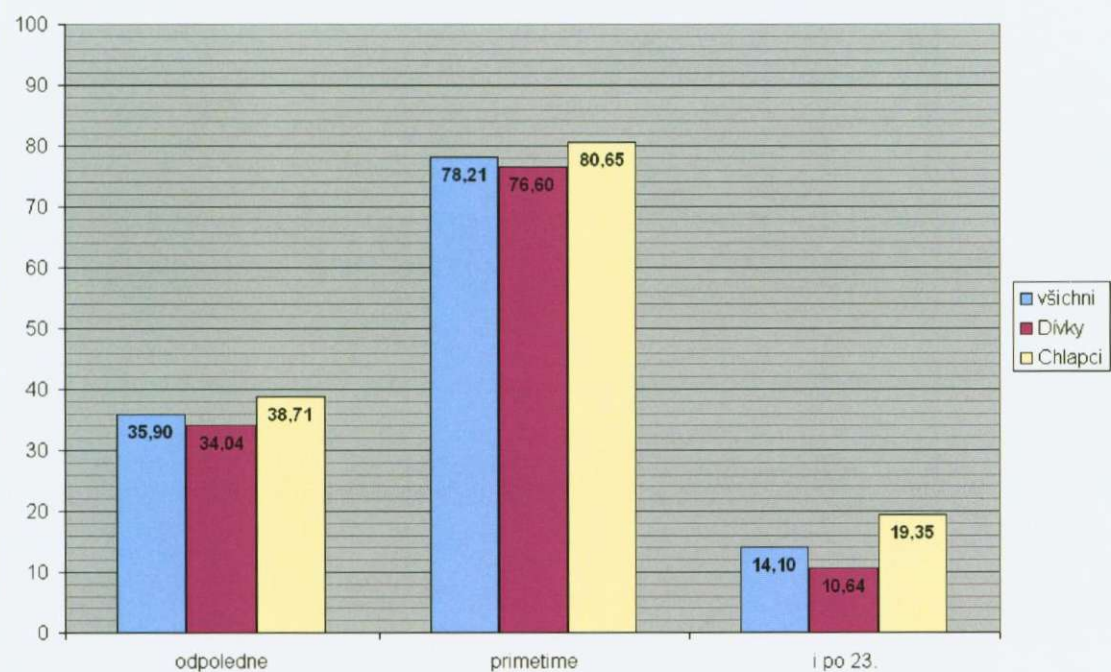
V odpoledních hodinách sleduje reality show více druhý ročník a v hlavním vysílacím čase zase více ročník čtvrtý. O 14 % více žáků druhých ročníků než ročníků čtvrtých uvedlo, že sledují tyto pořady i po 23. hodině.

Ve všech třech uvedených časech sledují více reality show chlapci než dívky.

Čas sledování reality show (2. třída - 4. třída)



Čas sledování reality show (dívky - chlapci)



Hypotéza se nepotvrdila.

Nejvíce dotazované děti sledují reality show v hlavním televizním čase. A dokonce jich podstatná část sleduje označované pořady i po 23. hodině, což není pro jejich rodiče vůbec dobrá vizitka a měli by s tím urychleně něco dělat. Určitě je málo pravděpodobné, že by v těchto případech rodiče o sledování televize jejich dětí po 23. hodině vůbec nevěděli. Spíše se zde nabízí varianta, že je jim to úplně lhostejné, což je ovšem na pováženou. Všechno, co je v tomto čase ukazováno a předváděno, je absolutně nevhodné pro děti daného věku, nehledě na to, že druhý den musí vstávat do školy.

V hlavním vysílacím čase sice sleduje více reality show čtvrtý ročník, ale velmi nepochopitelný a vysoce alarmující fakt je ten, že z těch, co sledují pořady i po 23. hodině, převažují žáci druhého ročníku.

9) Které televizní seriály a pořady sleduješ a proč?

Předpokládaná hypotéza

Vzhledem k věku dotazovaných respondentů se dá očekávat, že u nich zvítězí pořady jim blízké a tudíž pro ně určené. Jsou to různé pohádkové seriály, např. i animované jako je seriál Simpsonovi.

Celkově by na plné čáře měly v oblíbenosti zvítězit pohádkové pořady včetně nezbytného večerníčku, který označuje dobu, kdy by už děti měly pomalu pomýšlet na spaní. Samozřejmě že ti starší určitě v tuto dobu ještě spát nechodí, ale večerníček si jistě přesto také nenechají ujít.

Výsledek výzkumného šetření

Graficky byly zpracovány a vyhodnoceny pouze pořady, které označilo více než 5 % respondentů. Na nejspodnějším místě v počtu hlasů se umístil animovaný seriál pro děti Simpsonovi a stejný počet hlasů získaly i sportovní pořady.

8 % dotazovaných si oblíbilo seriál s kriminální tematikou, Kobra 11.

Pohádkové pořady mají 12 % sledovanost.

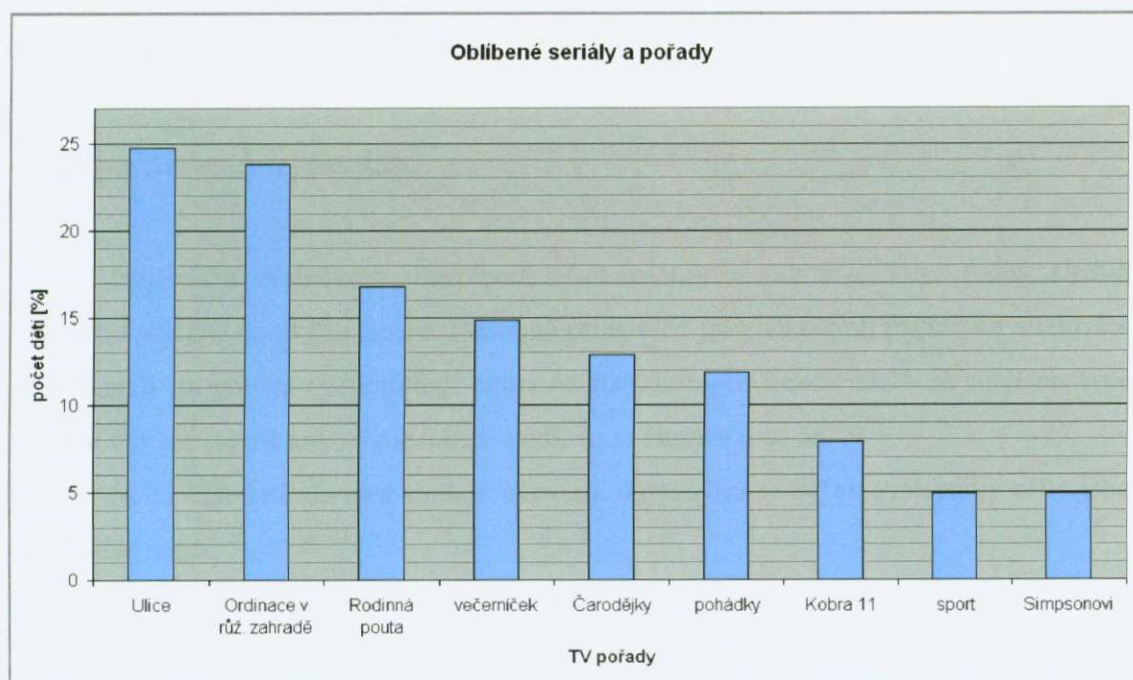
Jen o 1 % víc než pohádkám dali žáci přednost seriálu z kouzelnického prostředí dospělých, který nese název Čarodějky.

V lepší polovině oblíbenosti s 15 % hlasy se ocitl pravidelný večerníčkový cyklus pohádek.

17 % dali respondenti nekonečnému seriálu pro dospělé Rodinná pouta.

24 % získal seriálový pořad opět určený dospělým, Ordinace v růžové zahradě.

Nejvíce % dotazovaných ocenilo znovu seriálový cyklus spíše pro ty starší s názvem Ulice.



Hypotéza se nepotvrdila.

Žáci, kteří se pohybují ve věkové hranici mezi 7. a 10. rokem mají zřejmě již jiné zájmy a představy o televizních programech, než by správně jejich věku příslušelo.

Oblíbenost sledování seriálu Simpsonovi se minula s očekáváním, neboť tento pořad sleduje minimum dotazovaných. Zároveň na stejnou úroveň se dostaly i pořady se sportovním zaměřením, které nemají se seriálem Simpsonovi příliš mnoho společného, ale přesto se jim nedá nic vytknout.

Dětské pohádkové pořady se společně s večerníčkem dostaly do středu grafu, což je přinejmenším povzbudivé.

Seriály Kobra 11 a Čarodějky toho moc dětem 2. a 4. tříd nepřinesou, ale v nejlepším případě se alespoň vysílají v odpoledních hodinách.

Vítězný, co do počtu hlasů, seriál Ulice je také ještě v televizi uváděn v celkem přijatelných podvečerních hodinách.

Avšak seriál Ordinace v růžové zahradě společně se seriálem Rodinná pouta už jsou v televizním programu zařazeny do hlavního vysílacího času a protože ani dětem 4. ročníků toho moc nedají, není nejmenší důvod k tomu, aby rodiče svým dětem tyto druhy pořadů doporučovali a nechali je se na ně dívat.

10) S kým se nejčastěji díváš na televizi?

Předpokládaná hypotéza

Nejlepším výsledkem a nejvhodnějším řešením v rodině je, když rodiče sledují televizi společně se svými dětmi. Podobně prospěšné je v některých případech sledování televizních programů i s prarodiči nebo se staršími sourozenci, kteří už mají správné vlastní návyky pevně zakotvené a kteří vědí, co je vhodné a co ne.

Malá část dětí ale také sleduje televizní obrazovku se svými vrstevníky nebo jsou u televize samy.

Výsledek výzkumného šetření

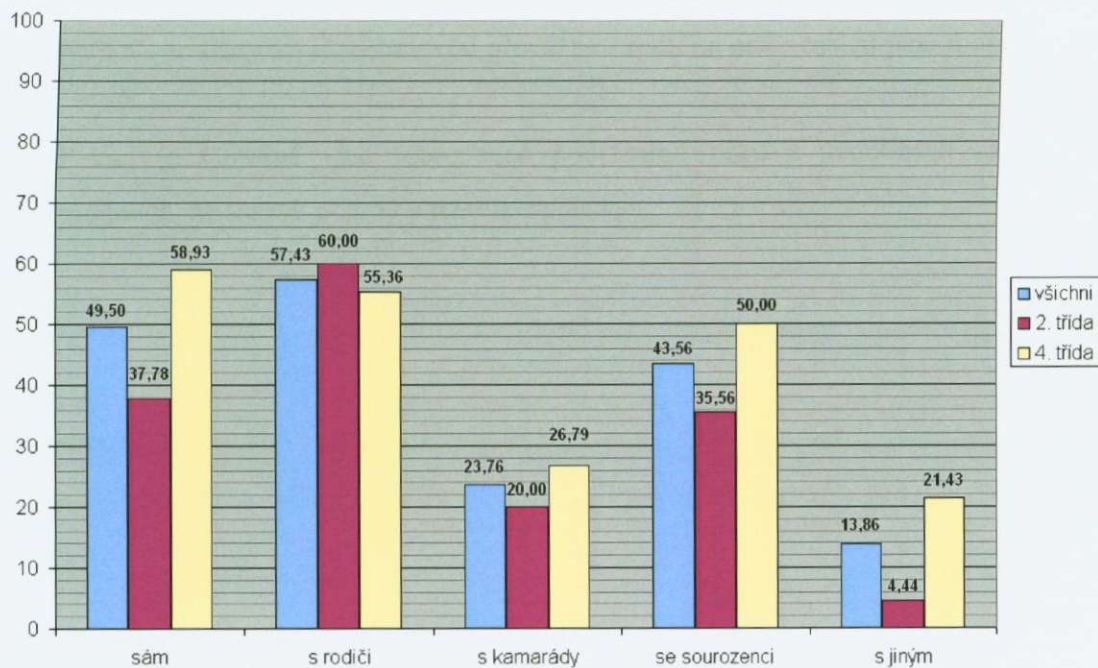
Nejvíce žáků druhých tříd sleduje televizní pořady se svými rodiči. Méně jich je sleduje o samotě, ještě méně se sourozenci a až potom s kamarády. S někým jiným se dívají na televizi minimálně.

Žáci čtvrtých tříd sledují televizi nejvíce sami, ale s rodiči se jich na televizi dívá skoro stejný počet, jen o něco nižší. Se sourozenci jich tráví před obrazovkou 50 % dotazovaných, ještě méně s kamarády a nejméně s někým úplně jiným.

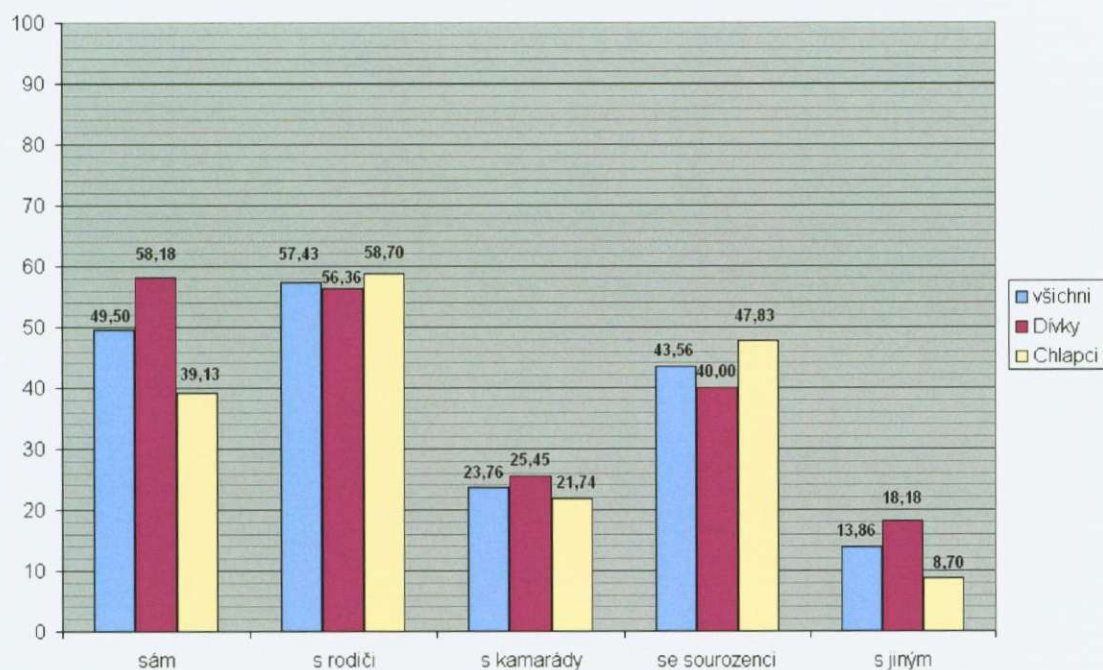
Nejvíce dívek se dívají samy, asi o 2 % méně s rodiči. Na další místo označily sledování se sourozenci, s kamarády a nakonec s někým jiným.

Chlapci se nejvíce dívají na televizní pořady s rodiči, na druhé místo uvedli sourozence a až teprve po nich se dívají sami. Asi 22 % jich uvedlo, že se dívají s kamarády a nejméně s někým jiným.

S kým sledování TV (2. třída - 4. třída)



S kým sledování TV (dívky - chlapci)



Hypotéza se naštěstí relativně potvrdila.

Velmi dobrým výsledkem je v těchto grafech fakt, že přeci jenom se ještě děti navštěvující tyto třídy dívají na televizi převážně s rodiči a málo častěji jsou u obrazovky samy.

Pokud je v rodině více sourozenců podobného věku a podobných zájmů, je pravděpodobné, že sledují pořady v televizi společně.

11) Je něco, co se ti v televizi nelíbí? Co?

Hypotéza

Dotazované děti, jejichž věk se pohybuje v rozmezí 7 až 10 let, pravděpodobně nemají ve veliké oblibě pořady s politickou tematikou, neboť jim to logicky ještě nic neříká a tudíž je to ani nezajímá.

V tomto věku se také ještě děti dost vyhýbají brutálním pořadům, které v nich zatím vzbuzují jenom strach, děs a hrůzu.

Různé brazilské a mexické telenovely jsou především oblíbené u žen staršího věku, tedy babiček dotazovaných, děti seriály tohoto typu určitě cíleně nevyhledávají.

Výsledek výzkumného šetření

Graficky byly zpracovány a vyhodnoceny pouze pořady, které označilo více než 5 % respondentů. Ze všech žáků 6 % nemá rádo jako programy v televizi vulgární pořady a horory.

7 % dotazovaných dalo hlas seriálu MASH.

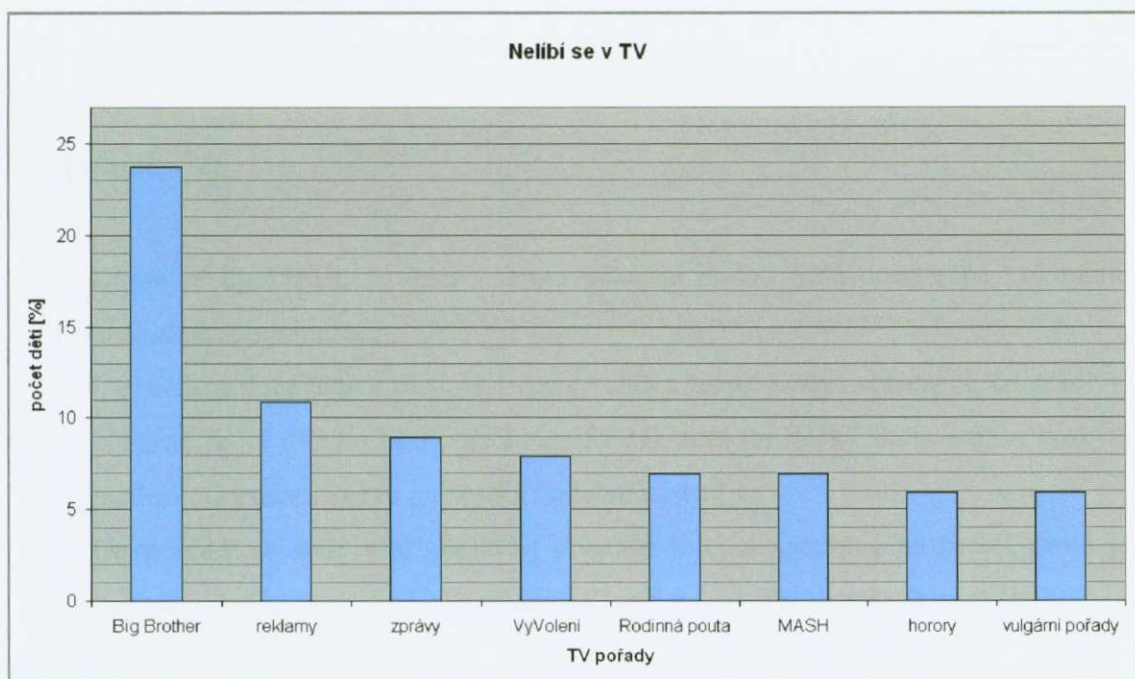
7 % dotazovaných dalo hlas seriálu Rodinná pouta.

8 % byla označena reality show VyVolení.

9 % žáků v dotazníku uvedlo, že nemají rádi zprávy.

11 % respondentů by nemuselo mít v televizi věčně se objevující reklamy.

24 % dětí vadí v televizi reality show Big Brother.



Hypotéza se překvapivě vcelku nepotvrdila.

Neoblíbenost politických pořadů nebyla v dotaznících téměř zmíněna, což je zajímavé, neboť se dá jen stěží uvěřit tomu, že by takto staré děti sledovaly pořady s tímto zaměřením.

Dalším překvapujícím zjištěním je, že dotazovaní uvedli jako nejmenší zlo z toho neoblíbeného právě horory a vulgární pořady.

To, že se mezi odpověďmi na tuto otázku objevil seriál MASH se dá vysvětlit tím, že ač je dáván v televizi v odpoledních hodinách a tudíž by mohl být sledován dětmi, tak děti jeho jazyku nerozumí a témata, kterými se seriál zabývá, jsou pro ně příliš vzdálená. Proto v tomto případě ta neoblíbenost.

Dá se předpokládat, že jako měla Rodinná pouta v grafu oblíbenosti své velké příznivce, tak se i v této kolonce museli jednoznačně ozvat ti jedinci, kterým tento seriál absolutně nic neříká.

Podobným případem jsou i reality show, kde více neoblíbená je pro respondenty reality show Big Brother a to dokonce natolik, že ji v neoblíbenosti uvedli s přehledem na první místo.

Pořady, jakými jsou zprávy a reklamy, nejsou u dotazovaných daného věku v neoblíbenosti ničím překvapivým, u reklam je to dokonce pozitivní zjištění, neboť ty na rozdíl od zpráv dětem nejsou vůbec žádným přínosem.

12) Co děláš, když se nedíváš na televizi?

Hypotéza

Dá se předpokládat, že žáci v tomto věku se budou ještě dostatečně svědomitě věnovat školním povinnostem.

V současné době mají k dispozici velký výběr z široké škály nabízených kroužků.

V městě je již dlouho let dobře fungující základní umělecká škola, tak se naskýtá velká možnost docházet na hru na nějaký hudební nástroj.

Do popředí se stále více dostávají počítače a jejich nespočetné možnosti, proto je velmi pravděpodobné, že jsou tím zasaženy už i děti na prvním stupni základní školy.

Výsledek výzkumného šetření

V grafu jsou vybrány úkony, které dostaly nejméně 5 hlasů od dotazovaných a více.

S počtem 5 hlasů se na nejnižší místo společně umístily činnosti: poslouchání rádia, hraní na hudební nástroj a uklízení.

10 hlasů přisoudili respondenti sportu a činnostem s ním souvisejícím.

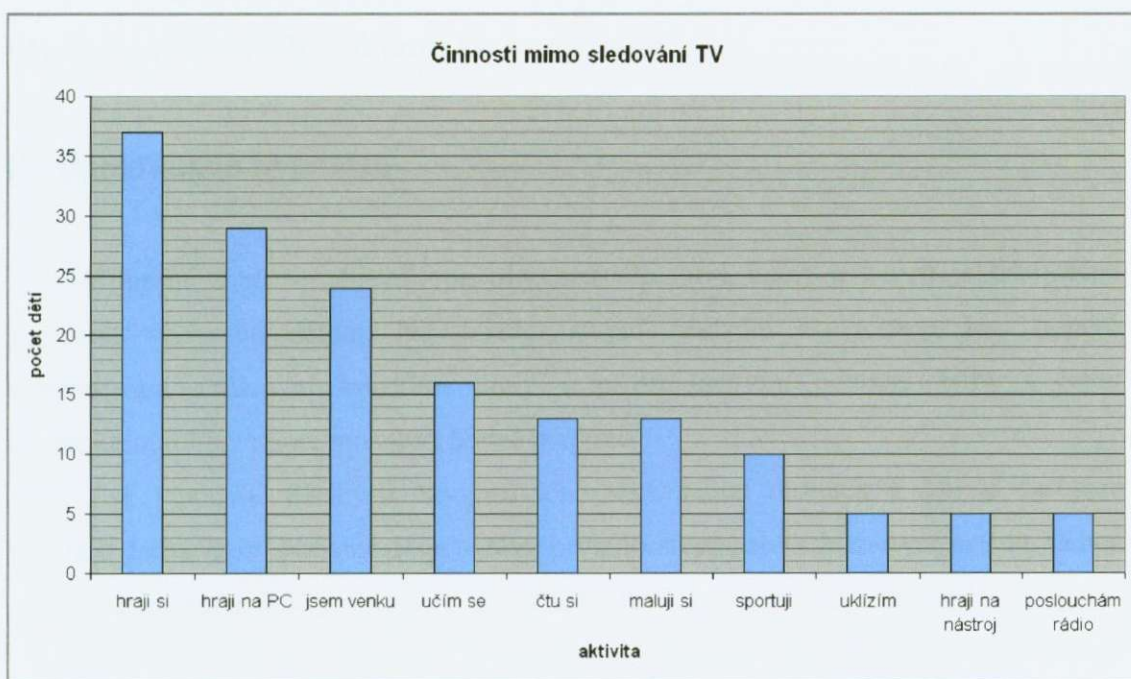
To, že si žáci ještě raději čtou a malují, dali najevo počtem 13 hlasů pro obě činnosti zároveň.

Celkem 16 bodů získala nutnost učení se a přípravy do školy.

Až 24 hlasy ocenili respondenti to, jak rádi chodí ven.

Vymoženost dnešní doby v podobě počítače si vysloužila až 29 hlasů.

Nejoblíbenější činností, která získala 37 hlasů, je ale i přes to všechno ještě naštěstí stále pro děti hraní.



Hypotéza se opět nepotvrdila.

To, jak respondenti rádi navštěvují kroužky včetně hry na hudební nástroj, dali najevo nejnižším počtem hlasů z celého grafu. Zároveň k nim zařadili ještě médium v podobě poslouchání rádia a také, pro ně spíše nenáviděné, uklízení.

To, že malinko raději děti sportují, svědčí o dvojnásobku hlasů než získaly předchozí jmenované činnosti.

Malování a čtení by sice neměly být na stejné úrovni, ale přesto je pozitivní fakt, že jim děti věnovaly téměř 3/7 možných získaných hlasů.

Neméně povzbudivým zjištěním je, že se žáci věnují, dá se říci, uspokojující měrou školním povinnostem.

Velkou část svého volného času věnují také pobytu venku, což jim jediné svědčí.

Velkým překvapením je, že jako druhou nejoblíbenější činnost si zvolili respondenti hru na PC. Trochu alarmující to rozhodně je, ale samozřejmě záleží na tom, jakým způsobem počítač využívají. Zde to však vypadá spíše pouze na hraní her, což stojí určitě alespoň za zvýšenou pozornost.

Přes to všechno si ale přece jenom můžeme oddychnout, že nejvíce respondentů uvedlo jako svou nejčastější a nejoblíbenější činnost hraní. Naším úkolem je už pouze je v tom podporovat co nejdéle to bude možné a dokud budou mít zájem.

13) Co z uvedených příkladů čteš nejraději?

Předpokládaná hypotéza

V dnešní době se objevují na trhu neustále nové knihy a z nich je dostatečné množství věnované dětem. Na prvním stupni základní školy jsou žáci poprvé seznamováni s různými knižními tituly a prostřednictvím povinné četby i četby mimoškolní toho v rámci možností hodně přečtou.

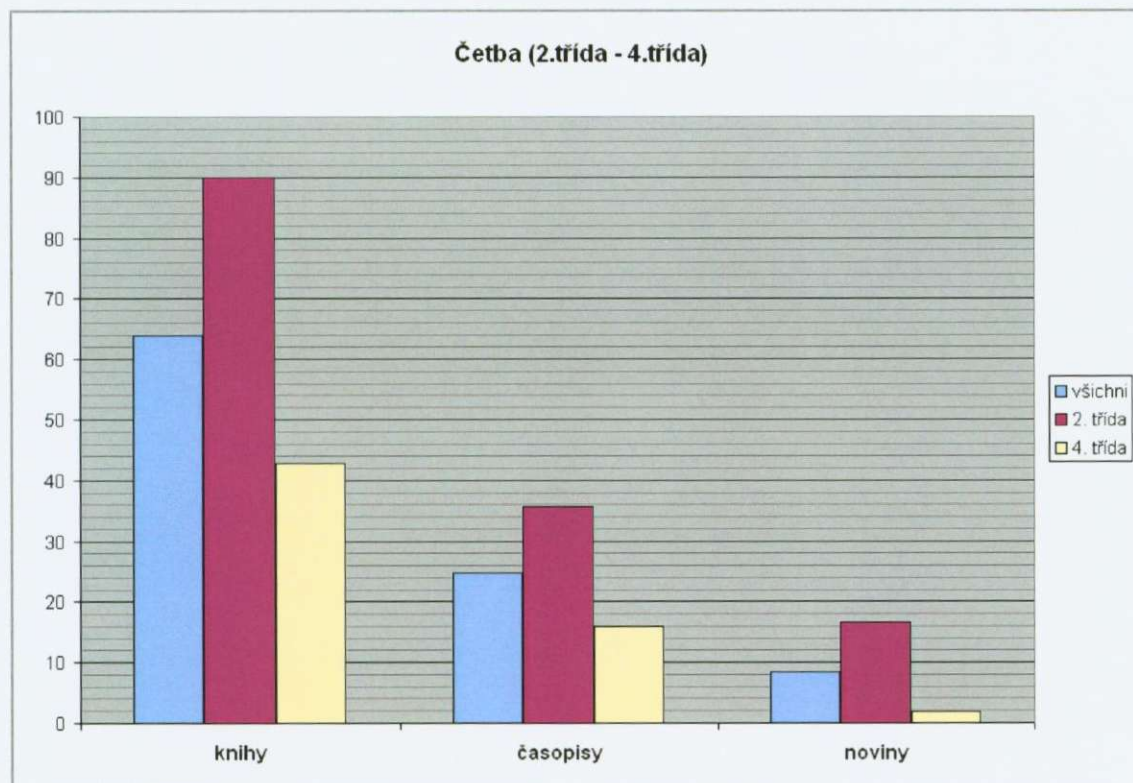
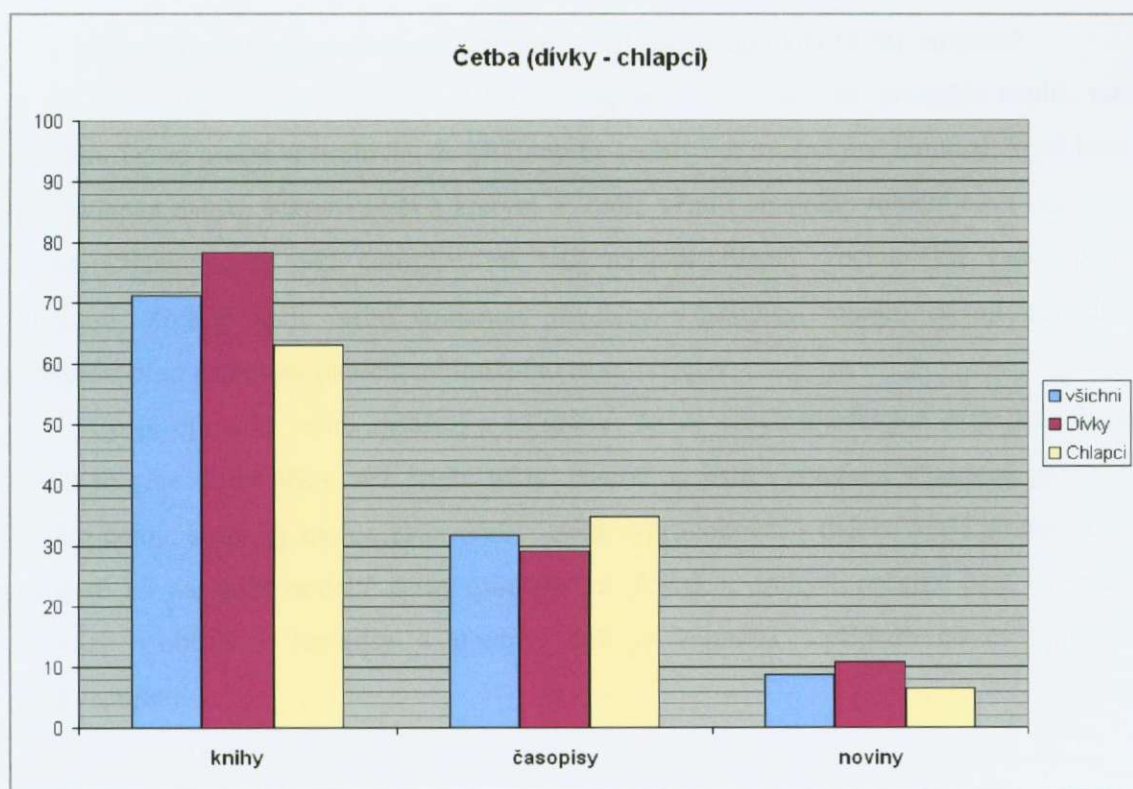
Tisk v podobě dětských časopisů toho také nabízí dostatek a děti si časopisy doplňují četbu knih. Noviny již pro žáky prvního stupně tolik lukrativní nejsou, neboť nemají zatím dostatečné povědomí o politickém dění a celkově o dění ve světě.

Dá se očekávat, že čtvrté ročníky díky své již vyspělejší čtenářské dovednosti budou mít větší procento čtenosti, a to zejména knih. Noviny jim také budou říkat více než jejich mladším spolužákům. Časopisy budou zřejmě doménou dívek, neboť je dnes na trhu nepřeberné množství tohoto artiklu určeného právě dívkám.

Výsledek výzkumného šetření

Z prvního grafu je patrné, že dívky v porovnání s chlapci čtou více a to jak knihy, tak i noviny. V četbě časopisů jsou naopak v popředí chlapci.

Ve druhém grafu lze vyčíst, že velkou převahu ve čtení všech uvedených zdrojů mají druhé ročníky před ročníky čtvrtými.



Hypotéza se nepotvrdila ani v jediném bodě, což je opravdu velmi zajímavé.

Dívky s jistou převahou předstihly chlapce jak ve čtenosti knižních titulů, tak i novin. Dá se pouze spekulovat, že příčinou by mohly být možné jiné činnosti, které jsou pro chlapce daleko lukrativnější a kterým se tudíž věnují ve svém volném čase více než četbě. Ovšem co se týká časopisů, tak tady naopak chlapci procentuálně vedou před dívkami. Zřejmě mají četbu spojenou převážně s časopisy, kterým dávají očividně přednost před ostatními nabídkami knižního trhu.

Co je opravdu velmi zvláštní a zajímavé, že ve všech uvedených případech čtou o 50 % více druhé třídy než čtvrté třídy. Nabízí se jisté vysvětlení v podobě povinné školní četby, která by mohla začínající čtenáře vyprovokovat k daleko větší produktivitě čtenosti i v následné podobě četby mimoškolní. Avšak u druhých ročníků jsou ve velké převaze v oblibě i časopisy a noviny, což je zejména v případě novin opravdu překvapující.

14) Kdo je tvůj nejoblíbenější člověk v televizi? A proč?

Předpokládaná hypotéza

Děti si logicky vybírají své televizní hrdiny z oblíbených pořadů, které už vlastně potom sledují hlavně kvůli oněm hrdinům. Podle toho, který televizní seriál či pořad je právě u dětí tzv. „v kurzu“, se následně vyzdvihují a všemožně probírají hrdinové různých charakteristik.

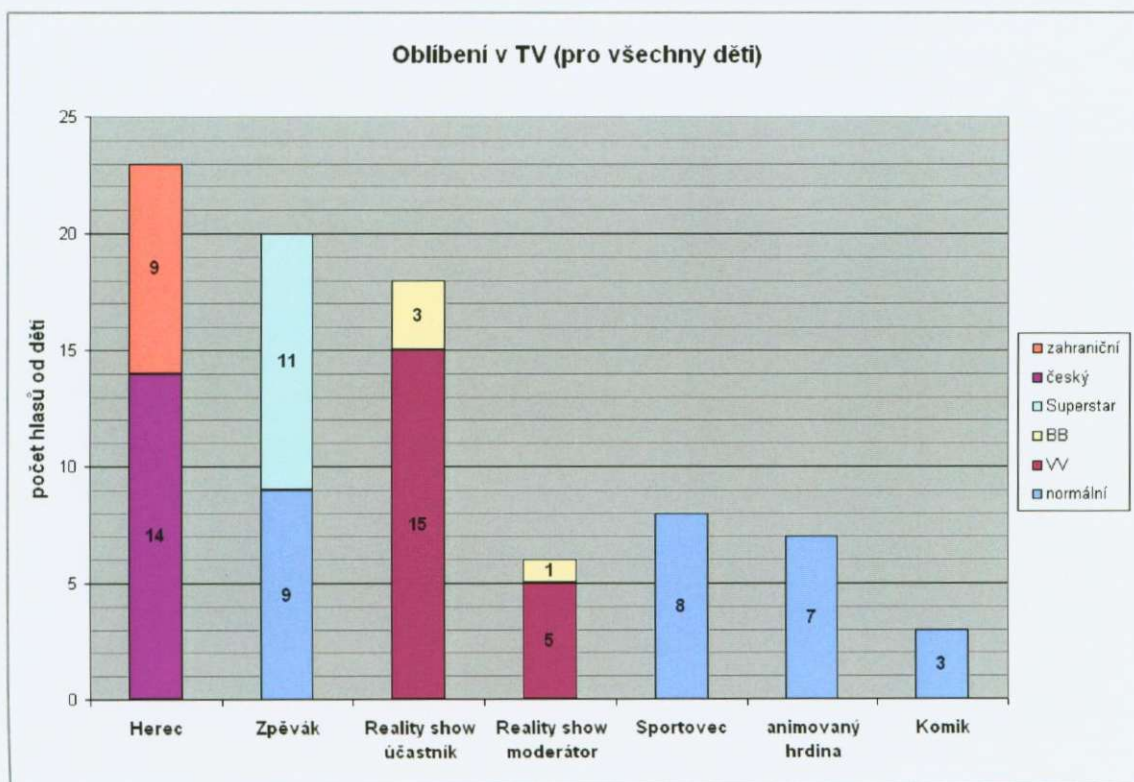
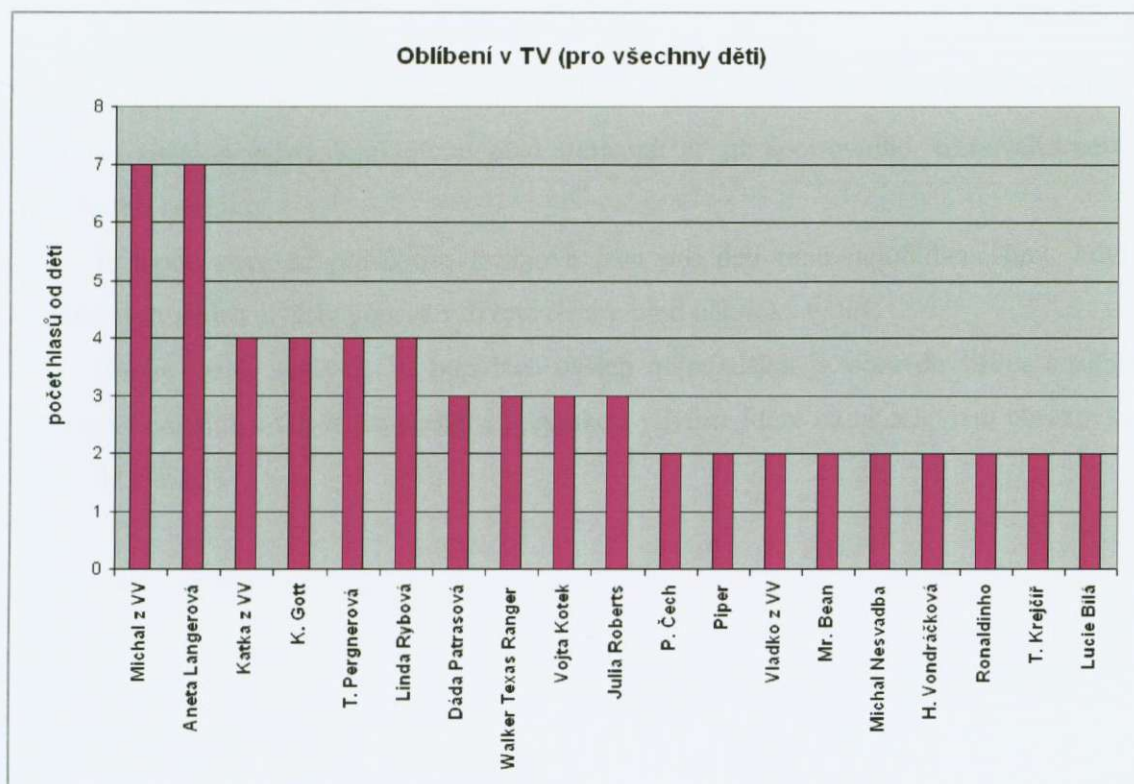
Stejně tak to platí i u moderátorů a herců, kteří se často objevují v nejrůznějších pořadech a nemusí to být zrovna pořady určené pro děti.

Výsledek výzkumného šetření

V prvním grafu jsou znázorněny nejčastěji uvedené osobnosti televize, které dotazovaní respondenti uvedli.

Jeich oblíbení hrdinové jsou z různých sfér různých televizních pořadů. Objevují se zde někteří populární zpěváci a sportovci, dále předpokládání seriáloví hrdinové, ale největší měrou jsou zde zastoupeni hrdinové reality show a také osobnost nedávné soutěže Superstar – Aneta Langerová, ve které si lidé volili své favority mezi zpěváky.

Druhý graf znázorňuje dané osobnosti v určitém seskupení, které je nějakým způsobem charakterizuje. Z tohoto grafu je také zřejmé, jak jsou v současnosti u dětí velmi populární různé druhy soutěží včetně reality show, neboť respondenti jednoznačně uvedli do popředí právě osobnosti z této sféry showbusinessu.



Hypotéza se potvrdila.

Respondenti dávají jednoznačně přednost současným nejaktuálnějším pořadům včetně soutěží a jejich účinkujícím před stálicemi ať již sportovního, filmového nebo hudebního odvětví.

Je s podivem, že právě tito hrdinové jsou pro děti těmi nejoblíbenějšími, když o některých z nich slyšely poprvé v životě teprve před několika týdny.

Z toho jasně vyplývá, že populace našich nejmladších je opravdu velice snadno zmanipulovatelná a tak lehce podléhá jakýmkoli vlivům, které na ně televizní obrazovka neustále chrlí.

3.2 SHRnutí

Celkový pohled na užívání médií dětmi prvního stupně základní školy ukazuje, že od posledního výzkumného šetření (diplomová práce Ivany Polčákové) se v podstatě rapidně nic nezměnilo ani k lepšímu, ale naštěstí ani nijak podstatně k horšímu.

Poživování a užívání médií v domácnostech stále roste a opravdu velikou výjimkou je v dnešní době v rodině nevlastnění televizního přijímače, jak uvedl jeden dotazovaný respondent.

Velmi neuspokojivý, přetrvávající a zároveň smutný výsledek je, že se rodiče ještě stále nenaučili dětem nějakým způsobem zasahovat do výběru pořadů, které by měly sledovat. Určitě také není v pořádku zájem dětí o současné seriálové cykly určené především dospělým. Respondenti jim dávají přednost před pořady určenými pro ně, včetně pohádek. Pravdou je, že dotazovaní žáci sledují televizi převážně za přítomnosti svých rodičů, avšak podle toho, jaké uvedli své nejoblíbenější pořady, se dá usoudit, že rodiče, ač přítomní, absolutně opomíjejí fakt, že by mohly takové pořady být pro děti tohoto věku nevhodné a klidně je nechají dívat se s nimi.

Velký dopad mělo na celou republiku v komerčních televizích uvedení prvních sérií reality show a bohužel to nemalým dílem zasáhlo i populaci našich nejmladších konzumentů televize. To, že tyto pořady nesledovala jenom 1/5 dotazovaných, svědčí o mnohém. Hrdinové reality show takřka pohltily i žáky prvního stupně základních škol a stali se po dobu vysílání nezbytnou součástí jejich života.

Jak již bylo u respondentů zmíněno silné prožívání jejich oblíbených pořadů, tak to dokazuje i uvedení jejich oblíbených hrdinů obrazovky do dotazníků, kterými jsou převážně soutěžící z reality show a herci z nejsledovanějších seriálů.

Opět nijak uspokojivý výsledek veškerého šetření. Jediným řešením je nepřetržité vysílání nebezpečí mediálních účinků na děti do všech stran a v první řadě dnešní generaci rodičů a zároveň i generaci budoucí, která by mohla mít velký vliv na to, aby se alespoň něco v tomto ohledu změnilo k lepšímu.

4 ZÁVĚR

Nezbytnou součástí této diplomové práce je v teoretické části seznámení s problematikou masových médií v obecné rovině. Fakta, která jsou všeobecně známa, avšak stále opomíjena a přehlížena, jsem doplnila i o nejnovější informace a poznatky, včetně názorů některých odborníků na danou problematiku a její vliv na děti a mládež.

V praxi jsem si poté ověřila, že situace se stále pohybuje negativním směrem a nemáme ji ani trochu pod kontrolou. Televizní přijímač je opravdu velkým fenoménem dneška i pro žáky prvního stupně základní školy a počítač se svými hrami a možnostmi přístupu na internet jej v používání a oblíbenosti nebezpečně dohání. Svědčí o tom výsledky šetření, kde respondenti uvedli jako druhou nejoblíbenější činnost ve svém volném čase hru na počítači.

Velmi alarmující je stále přetrvávající nijak velký zájem rodičů o sledování televizních pořadů jejich dětmi. Oni je ještě k tomu naopak nechávají, aby s nimi sledovaly i pořady adresované dospělým. V tomto případě ale opravdu neplatí ono řečené „dívá se celá rodina“. I s hrdiny reality show žili respondenti naplno a nedá se říct, že by jen tak prošli jejich životy a zase stejně rychle je opustili. Svědčí o tom můj pozdější soukromý průzkum v jedné z dotazovaných tříd, který jsem provedla 4 měsíce po skončení první série reality show, a to rozhovorem s dětmi. Dokázaly mi odpovědět na jakoukoli otázku týkající se reality show a dokonce toho věděly o mnoho víc a do nejmenších detailů. To ale bohužel dokazuje, že děti tyto pořady braly opravdu vážně a spojily si je s realitou života obyčejného člověka. Těžko se jim bude tato představa vyvracet a těžko se s ní budou loučit. Trochu povzbudivé bylo ale také moje zjištění, že současnou další sérii reality show již nesleduje ani 1/4 této třídy. Nabízí se tedy jistá spekulace, že pro tuto mladou populaci jsou na dlouhou dobu velkými hrdiny pouze ti první a ti další už je nezajímají. Ale to se lze už jenom dohadovat, což k ničemu podstatnému nevede.

Řešení aktuálního problému je jednoduché a přesto zatím pro mnohé rodiče a vychovatele nedosažitelné, neboť zřejmě nemají zájem současný stav velmi negativního vlivu médií na děti nějakým způsobem změnit. Stačí opravdu pouze jenom trochu chtít a zajímat se. Literatura týkající se daného problému je lehce dostupná a neustále se doplňuje o nové poznatky, protože mediální téma nebude zřejmě nikdy vyčerpáno a bude stále aktuální.

Dovoluji si ze svého pohledu studentky učitelství prvního stupně základní školy tvrdit, že nastupující generace učitelů a zároveň budoucích rodičů by mohla svým citlivým přístupem současný nepříznivý stav působení médií na děti změnit k lepšímu.

SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY

- [1] Ball-Rokeach S., DeFleur M. L.: Teorie masové komunikace. Praha, Karolinum, 1996.
- [2] Jiráček J., Köpplová B.: Média a společnost: stručný úvod do studia médií a mediální komunikace. Praha, Portál, 2003. ISBN 80-7178-697-7.
- [3] Burton G., Jiráček J.: Úvod do studia médií. Brno, Barrister & Principal - studio, 2003. ISBN 80-85947-67-6.
- [4] Orange T., O'Flynn L.: Mediální dieta pro děti.
- [5] Pithartová D., Říčan P.: Krotíme obrazovku; Jak vést děti k rozumnému užívání médií. Praha, Portál, 1995. ISBN 80-7178-084-7.
- [6] McQuail, D.: Úvod do teorie masové komunikace. Praha, Portál, 1999.
- [7] Kunczik, M.: Základy masové komunikace. Praha, Karolinum, 1995.
- [8] Thompson, J. B.: Scandal and Social Theory. Cambridge, 1997.
- [9] Historické proměny výzkumu mediálních účinků - Teorie masové komunikace II. Brno, 2002.
- [10] Blažek, B.: Tváří v tvář obrazovce. Praha, Sociologické nakladatelství, 1995.
- [11] Potůček, J.: *Obscenost v. „svoboda projevu“*, Lidové noviny, 7.10.2005.
- [12] Nosálková, T.: *Debata: Vliv reality show*, Lidové noviny, 28.11.2005.
- [13] Klimeš, D.: *Máme dětem zakázat televizi?*, Mladá Fronta – Dnes, 11.10.2005.
- [14] Kalenská, R.: *Tomáš Halík: Z reality show se mi zvedá žaludek*, rozhovor pro Lidové noviny, 2.1.2006.
- [15] Prošek, P.: *Vliv her: stanou se z hráčů vrazi?*, URL: <http://bonusweb.idnes.cz/clanky/vlivher060308.html>, 8.3.2006.

PŘÍLOHY

Dotazník

Základní škola: ZŠ Ulasim, Vavilina

Třída: A. B.

Věk: 9

- ☒ chlapec
- ☐ dívka

1) Které z těchto zařízení máte doma?

- ☒ televizor
- ☒ rádio
- ☒ počítač
- ☒ internet
- ☒ satelit
- ☒ video
- ☒ DVD

2) Díváš se rád/ráda na televizi?

- ☒ ano
- ☐ ne

3) Jak často se na televizi díváš?

- ☐ vůbec ne
- ☐ hodinu denně
- ☐ 2 – 4 hodiny denně
- ☐ více jak 4 hodiny denně
- ☐ 1 krát týdně
- ☐ 2 krát týdně
- ☐ více jak 2 krát týdně
- ☒ každý den
- ☐ jen o víkendu

4) Radí se s tebou rodiče o tom, na které televizní pořady se můžeš dívat?

- ☐ ano
- ☒ ne

5) Zakazují ti rodiče dívat se na některé pořady?

- ☒ ne
- ☐ ano – na které a proč?.....
-
-

6) Kterou z těchto televizních stanic sleduješ nejčastěji?

- ☐ ČT 1
- ☐ ČT 2
- ☒ Nova
- ☐ Prima

7) Díváš se na současné reality show Big Brother a Vyvolení?

- ☒ ne
- ☐ ano, na Big Brother a proč?
- ☐ ano, na Vyvolení a proč?
- ☐ ano, na Big Brother i na Vyvolení a proč?

.....

.....

8) V jakém televizním čase se na reality show díváš?

- ☐ jen v odpoledních hodinách
- ☐ v hlavním televizním čase – ve 20 hodin
- ☐ i po 23. hodině

9) Které televizní seriály a pořady sleduješ a proč?

sleduji oděvní seriál v zimbabwě

.....

.....

10) S kým se nejčastěji díváš na televizi?

- ☐ sám/sama
- ☒ s rodiči
- ☐ s kamarády
- ☐ se sourozenci
- ☐ s někým jiným – s kým?

11) Je něco, co se ti v televizi nelíbí? Co?

ano Big brother

.....

.....

12) Co děláš, když se nedíváš na televizi?

hraju na kytaru a potom jsem venku

.....

.....

13) Co z uvedených příkladů čteš nejraději?

- ☒ knihy – které? ... *anež spíše knížky*
- ☐ časopisy – které?
- ☐ noviny – které?

14) Kdo je tvůj nejoblíbenější člověk v televizi? A proč?

Ljane Feneč

.....

.....

Dotazník

Základní škola: ZŠ Vlachův Lhotič

Třída: IV. A Věk: 10 let

- ☐ chlapec
- ☒ dívka

1) Které z těchto zařízení máte doma?

- ☒ televizor
- ☒ rádio
- ☒ počítač
- ☒ internet
- ☐ satelit
- ☒ video
- ☒ DVD

2) Díváš se rád/ráda na televizi?

- ☒ ano
- ☐ ne

3) Jak často se na televizi díváš?

- ☐ vůbec ne
- ☐ hodinu denně
- ☐ 2 – 4 hodiny denně
- ☒ více jak 4 hodiny denně
- ☐ 1 krát týdně
- ☐ 2 krát týdně
- ☒ více jak 2 krát týdně
- ☒ každý den
- ☐ jen o víkendu

4) Radí se s tebou rodiče o tom, na které televizní pořady se můžeš dívat?

- ☒ ano
- ☐ ne

5) Zakazují ti rodiče dívat se na některé pořady?

- ☒ ne
- ☐ ano – na které a proč? neřeknou mi žádné pořady

6) Kterou z těchto televizních stanic sleduješ nejčastěji?

- ☐ ČT 1
- ☐ ČT 2
- ☐ Nova
- ☒ Prima

7) Díváš se na současné reality show Big Brother a Vyvolení?

- ☐ ne
- ☐ ano, na Big Brother a proč?
- ☐ ano, na Vyvolení a proč?
- ☒ ano, na Big Brother i na Vyvolení a proč?

Proč? je to uhlavější a když jsem ráva

8) V jakém televizním čase se na reality show díváš?

- ☐ jen v odpoledních hodinách
- ☐ v hlavním televizním čase – ve 20 hodin
- ☒ i po 23. hodině

9) Které televizní seriály a pořady sleduješ a proč?

*Vyvolení protože je to spousta klišé v nové době -
Bavi má to - Časopisy - komedie*

10) S kým se nejčastěji díváš na televizi?

- ☐ sám/sama
- ☒ s rodiči
- ☐ s kamarády
- ☐ se sourozenci
- ☐ s někým jiným – s kým?

11) Je něco, co se ti v televizi nelíbí? Co?

Big km. Ulice

12) Co děláš, když se nedíváš na televizi?

poslouším různé pořady a někdy usnu

13) Co z uvedených příkladů čteš nejraději?

- ☒ knihy – které? *nejlepší je poměr se světem. svět vnímá*
- ☒ časopisy – které? *zprávy, je mým hrdou*
- ☐ noviny – které?

14) Kdo je tvůj nejoblíbenější člověk v televizi? A proč?

Daniel kade - zpívá písně které se mi líbí