

**VYSOKÁ ŠKOLA EVROPSKÝCH A  
REGIONÁLNÍCH STUDIÍ, O. P. S., ČESKÉ  
BUDĚJOVICE**

**BAKALÁŘSKÁ PRÁCE**

**POZITIVNÍ A NEGATIVNÍ VLIV MÉDIÍ NA DĚTI**

**Autor práce:** Jakub Vondruška

**Studijní obor:** Bezpečnostně právní činnost ve veřejné správě

**Forma studia:** Prezenční

**Vedoucí práce:** Mgr. František Šnitr

**Katedra:** Katedra právních oborů a bezpečnostních studií

Prohlašuji, že jsem bakalářskou práci vypracoval(a) samostatně, na základě vlastních zjištění a s použitím odborné literatury a materiálů uvedených v seznamu použitých zdrojů.

Prohlašuji, že v souladu s § 47b zákona č. 111/1998 Sb. v platném znění souhlasím se zveřejněním své bakalářské práce – v elektronické podobě ve veřejně přístupné části infodisku VŠERS a v tištěné podobě knihovnou VŠERS, a to se zachováním mého autorského práva k odevzdanému textu této kvalifikační práce. Souhlasím dále s tím, aby toutéž cestou byly v souladu s uvedeným ustanovením zákona č. 111/1998 Sb. zveřejněny posudky vedoucího a oponentů práce i záznam o průběhu a výsledku obhajoby kvalifikační práce. Rovněž souhlasím s porovnáním textu mé kvalifikační práce systémem na odhalování plagiátů.

.....

Děkuji vedoucímu bakalářské práce Mgr. Františku Šnitrovi za cenné rady, připomínky a metodické vedení práce.

## ABSTRAKT

VONDRUŠKA, J. *Pozitivní a negativní vliv médií na děti: Bakalářská práce*, České Budějovice: Vysoká škola evropských a regionálních studií, o.p.s., 2015. 50 s. Vedoucí bakalářské práce: Mgr. František Šnitr

**Klíčová slova:** Média, masová média, informační technologie, informace, negativní vliv médií, děti, televize, internet.

Bakalářská práce řeší problém působení médií na výchovu dětí do patnácti let. Teoretická část práce popisuje problém médií při působení na výchovu dětí, jak z hlediska pozitivního, tak i negativního. Nosnou částí je rozdělení jednotlivých médií a jejich podrobný rozbor. Bakalářská práce předkládá alternativní možnosti tohoto společenského fenoménu včetně návrhu na řešení problému s ním spjatým.

Praktická část obsahuje dotazník zaměřený na žáky základní školy. Cílem dotazníku je zjištění důvodů, jak a proč tráví žáci svůj volný čas s médii. Výsledky výzkumu jsou prezentovány v závěru práce.

## **ABSTRACT**

VONDRUŠKA, J. *Positive and Negative Impact of Media on Children: Bachelor thesis*, České Budějovice: The College of European and Regional Studies, 2015. 50 p. Supervisor: Mgr. František Šnitr

**Key words:** Media, mass media, information technologies, information, negative influence of media, children, television, internet.

Bachelor's thesis solves the problem of media affecting education of the children to 15 years old. Theoretical part of the thesis describes problem of media affecting the education of kids from positive and negative aspect. Main part is separation of the individual media and their detailed analysis.

Empirical part will contain survey from the elementary school, which will focus on the reasons, how and why the kids spent their spare time with the media. Results of the research are presented in the conclusion of the work.

# OBSAH

<b>ÚVOD.....</b>	<b>8</b>
<b>1 CÍLE A METODIKA BAKALÁŘSKÉ PRÁCE.....</b>	<b>9</b>
<b>2 INFORMAČNÍ SPOLEČNOST A TECHNIKA.....</b>	<b>10</b>
2.1 Přemíra informací jako společenský problém .....	11
<b>3 TYPY MÉDIÍ.....</b>	<b>12</b>
3.1 Tištěná média .....	12
3.1.1 Noviny.....	12
3.2 Rozhlas a televize .....	15
3.2.1 Rozhlas.....	15
3.2.2 Televize.....	15
3.3 Internet.....	17
3.3.1 Styly využití internetu .....	18
3.4 Kyberprostor.....	19
3.4.1 Rizika kyberprostoru .....	22
3.4.2 Kyberšikana.....	22
3.4.3 Kyberstalking .....	23
3.4.4 Kybergrooming .....	23
3.4.5 Sexting .....	23
3.5 Mobilní telefony .....	23
<b>4 MÉDIA A SPOLEČNOST.....</b>	<b>25</b>
4.1 Funkce médií ve společnosti .....	25
4.2 Děti, informace a média .....	27
4.2.1 Negativní vliv médií na děti.....	28
4.2.2 Pozitivní vliv médií na děti .....	37
<b>5 KONTROLNÍ ORGÁN.....</b>	<b>42</b>
<b>6 PRAKTICKÁ ČÁST - VYHODNOCENÍ DOTAZNÍKOVÉHO ŠETŘENÍ...45</b>	
6.1 Úkol praktické části .....	45
6.2 Výzkumné předpoklady .....	45
6.3 Explorativní metody .....	45
6.4 Výběr respondentů .....	46
6.4.1 Metoda zkoumání.....	46
6.4.2 Zkoumaný vzorek.....	46
6.5 Vyhodnocení dotazníku.....	46

6.6	Případná řešení .....	47
6.6.1	Vzdělávání.....	47
6.6.2	Mediální výchova.....	48
	Závěr .....	52
	Seznam použitých zdrojů .....	53
	Seznam příloh.....	57
	Přílohy .....	58

# ÚVOD

V dnešní době je společnost nazývána jako „informační“ či „mediální společnost“, a těžko si dnes představíme život bez informačních technologií. Málokdo dnes stráví den bez zapnutí počítače či bez používání mobilního telefonu. Informace a komunikace jsou nedílnou součástí naší společnosti. Každý člověk má právo na přístup k informacím, na svobodný názor a vyjádření. Je otázkou, na kolik jsou informace z médií upravované, a jak moc s nimi bylo manipulováno. Tato práce je zaměřena na dopad těchto informací, především tedy internetu, na vývoj dítěte a zkoumá, jak informační technologie pronikají do každodenního života a na kolik ho ovlivňují.

Je možné, že tyto nové technologie šířící se předtím nemyslitelnou rychlostí, ohrožují mravní výchovu dětí, či dokonce u nich vyvolávají tendenci v zálibě v násilí, což pak potenciálně může vést k páchání trestných činů.

Proto bychom se měli zamyslet nad tím, co čteme, kam chodíme do kina, co vyhledáváme na internetu. Tyto informace se neobjevují „jen tak“, mají příčinu, a utvářejí naše vnímání – náš pohled na svět.

Tato bakalářská práce přispěje výzkumem do problematiky médií a dotazníkem shromáždí dostatek validních informací o využívání a zneužívání médií. Za cíl bude mít najít faktory, které působí pozitivně na vývoj dítěte a současně identifikovat negativní faktory. Dále bude předkládat alternativní možnosti, jak média využívat co nejlépe, a s co nejmenším negativním dopadem na zdravý rozvoj dětí.



# 1 CÍLE A METODIKA BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

V dnešní době chce mít každý člověk přístup ke kvalitním informacím a má právo svobodně se vyjádřit. Na základě dlouhodobého zájmu o toto téma, bude bakalářská práce řešit, jaký vliv mají média a informační zdroje na děti a mládež. Do jaké míry je ovlivňují pozitivně i negativně.

Hlavním cílem bakalářské práce bude zjištění vlivu médií na děti a mládež. Dále analýza rizik, které se mohou vyskytnout na internetu pro tuto věkovou skupinu. Dalším cílem bude snaha přiblížení těchto rizik veřejnosti, zejména studentům základních a středních škol. Vedlejším cílem bakalářské práce bude zjištění, zda rodiče věnují dostatečnou pozornost svým dětem a jejich aktivitám na internetu. V bakalářské práci budou analyzována rizika.

První část práce bude charakterizovat různé druhy médií. Tyto druhy budou rozděleny do jednotlivých kapitol. Ke sběru informací bude použita převážně současná odborná literatura zabývající se touto tematikou. Taktéž bude použita analýza dat z Českého statistického úřadu ke komparaci nejrozšířenějších médií. Druhá část bude pojednávat o zranitelnosti a rozvíjející se samostatnosti dětí na internetu. Pomocí sběru informací bude řešen pozitivní a negativní vliv médií na děti a mládež, společně s provázaností médií se sociálními sítěmi. V této části bude využívána současná odborná literatura, zabývající se touto problematikou. Budou popsány i různé způsoby, jak lze ovlivňovat veřejné mínění pomocí médií.

Terminologie o médiích je použita také v dotazníku pro respondenty.

Tento dotazník byl cílen pro studenty základních a středních škol. Cílem dotazníku bude zjištění, do jaké míry si studenti uvědomují, jak je média ovlivňují v jejich společenském a osobním životě. Výsledky dotazníku budou vyhodnoceny v praktické části bakalářské práce. Z výsledků bude dále analyzováno, jak velký vliv mají média na jejich rozhodování a chování. Na základě zjištěných informací jsou potvrzeny nebo vyvráceny stanovené hypotézy vyplývající ze studia literatury.

## 2 INFORMAČNÍ SPOLEČNOST A TECHNIKA

Společnost 90. let je nazývána informační společností, tento název však není přímo odvíjen od informačních technologií. Informační technologie zde ale mají svou nezastupitelnou úlohu. Když byl v roce 1971 vynalezen mikroprocesor, staly se z počítačů (dříve vážící i několik tun) přístroje, které mohly být díky své velikosti součástí domovů. Postupem času cena počítačů klesala. Vývojáři vyvíjeli software tak, aby jej mohli ovládat i lidé, kteří neovládají programovací jazyk. Počítače se začaly stávat během jedné jediné generace běžnou součástí mnoha rodin. Tento prudký vývoj měl obrovský vliv na společnost vůbec.

Spolu s touto vlnou se začal prudce rozšiřovat přístup k internetu, který ještě před dvaceti lety byl drahou vzácností, nyní je však běžnou součástí jedinců u počítače i na cestách. Lidé nemusí hlídat čas strávený na internetu, protože má zpravidla k internetu neomezený přístup. A tím má i přístup k informacím.

Považujeme však za důležité zmínit, že v tomto období se nerozvíjely pouze informační technologie, ale také televize. Na konci 80. let byla televize v domácnostech vzácností a nebylo výjimkou, že se lidé chodili dívat na televizi k sousedům. V televizi byl jeden jediný program (později dva), který vysílal pouze omezenou dobu. Když to srovnáme s dnešním světem, nejde pouze o to, že máme k dispozici barevné televizory, LCD nebo 3D televize. Máme k dispozici kanály, které poskytují zprávy 24 hodin denně, 7 dní v týdnu. Je běžným standardem, že uživatelé mají k dispozici několik desítek kanálů pouze za televizní poplatek. U rozhlasu už toto rozšíření tak markantní není.

Co se týče tiskovin, probíhaly před třemi lety debaty, které se zabývaly budoucností tisku. Vznikaly obavy z toho, že tisk bude časem vytlačen z trhu právě díky nástupu informačních technologií (podobné obavy vznikaly např. nástupem elektronických knih). Tyto obavy se však do dnešní doby nepotvrdily, tisk se neustále prodává, i když je pravdou, že postavení na trhu mají noviny těžší než dříve. Na druhou stranu však poslední roky nevzniká v této oblasti další konkurence.

„Informační společnost“ tedy není nazývána „informační“ z důvodu rozšíření informačních technologií, ale obecně informační techniky, do které kromě IT patří také

telekomunikační a reprografická technika. Následně problém, který tímto prudkým vzestupem vznikl, je v přemíře informací, které musí společnost čelit.

## 2.1 Přemíra informací jako společenský problém

Pojem informace pochází z latinského „informare“ a znamená „uváděti ve tvar, dodávati tvar, podobu, formovat, tvořit, zobrazovat, představovat si, vytvářet představu, dojem“. Dále pak latinské slovo „informatio“ lze přeložit jako „představa, pojem, obrys“.<sup>1</sup>N. Wiener definoval tento pojem následně: „Informace je název pro obsah toho, co se vymění s vnějším světem, když se mu přizpůsobujeme a působíme na něj svým přizpůsobováním.“<sup>2</sup> Podle Lasswella lze informování vysvětlit jako pozorování okolního prostředí. V každém případě přijímání informací zásadním způsobem ovlivňuje člověka a jeho osobnost.

Předávání informací však vlivem techniky neúměrně vzrostlo a svět se potýká s tzv. přehlčením informací. Tak, jako nedostatek informací má na jedince negativní vliv ve formě informační deprivace, také přemíra informací je pro člověka škodlivá. Lékaři již dávno objevili určitý filtr, pomocí kterého se přímo do mozku dostane pouze mizivé procento toho, co by bez tohoto filtr přijal. Čím více informací na člověka působí, tím víc netečně se k přijetí nových informací staví. Dá se říct, že přestává informace vnímat, hodně si vybírá, na co se bude soustředit a na co ne. Základním předpokladem pro získání informace a přijetí této informace je získání pozornosti. Pokud nám chtějí média něco předat, musí si tedy získat pozornost. Informace předávané médii musí něčím zaujmout, musí člověka motivovat k tomu, aby se přijatou informací dále zabýval. Takto přijaté informace člověka dále ovlivňují a vytvářejí jeho osobnostní fond. Je zřejmé, že to, jak jedinec vnímá jednu jedinou zprávu, záleží na tom, jaké jsou jeho dosavadní individuální, skupinové či rodové znalosti a zkušenosti. Působí zde i emoce, fantazie, (pod)vědomí, vůle a schopnost poznávat.<sup>3</sup> Média tedy mají velkou moc lidstvo ovlivňovat pomocí toho, jaké informace a jakým způsobem lidem předají.

---

<sup>1</sup> CEJPEK, J. *Informace, komunikace a myšlení: úvod do informační vědy*. 2. vyd. Praha: Karolinum, 2006. str. 13

<sup>2</sup> WIENER, N. *Kybernetika a společnost*, 1. vyd. Praha: ČSAV, 1963. str. 32.

<sup>3</sup> CEJPEK, J. *Informace, komunikace a myšlení: úvod do informační vědy*. 2. vyd. Praha: Karolinum, 2006. str. 10.

## 3 TYPY MÉDIÍ

Abychom dokázali správně analyzovat vliv médií, musíme vědět, co tento pojem všechno zahrnuje a musíme znát základní charakteristiky jednotlivých typů.

V této části práce se budeme zabývat rozbořem jednotlivých typů médií, jejich stručným vývojem a uvedeme konkrétní příklady.

### 3.1 Tištěná média

Tištěná média patří vůbec mezi nejstarší typ médií. V současné době představuje denní tisk (noviny), časopisy a knihy.

#### 3.1.1 Noviny

U novin se nejedná výhradně o denní tisk, ale také o týdeníky.

Co se týče deníků, v České republice se vydává deset titulů: Aha!, Blesk, Deník (regionální), Hospodářské noviny, Lidové noviny, METRO (zdarma), Mladá fronta DNES, Právo, Sport a Haló noviny, z toho trojice nejprodávanějších jsou Blesk, Deník a MF DNES.<sup>4</sup> Tisknou se černobílé i barevné.

Ačkoli se může zdát, že konkurence mezi denním tiskem je tedy v počtu deseti, není to pravda. Ve skutečnosti se jedná o tyto čtyři subjekty:

- mediální společnost MAFRA je vlastníkem hned tří tiskovin – vydává Mladou frontu DNES, Lidové noviny a Metro
- Ringier Axel Springer CZ, a. s. je vlastníkem denního tisku Blesk, Aha! a Sport
- Economia, a. s. je vlastníkem Hospodářských novin
- Borgis, a. s. je vlastníkem deníku Právo

Haló noviny jsou levicově zaměřený deník vydávaný nakladatelstvím Futura, a. s..

Součástí novin jsou jak redakční, tak inzertní strany.

---

<sup>4</sup> BURIANOVÁ, I. *Tištěná média* [online]. [cit. 2015-04-04], dostupné z WWW: [http://www.zsmstisa.cz/VismoOnline\\_ActionScripts/File.ashx?id\\_org=400089&id\\_dokumenty=1508](http://www.zsmstisa.cz/VismoOnline_ActionScripts/File.ashx?id_org=400089&id_dokumenty=1508)

Struktura novin bývá u všech periodik stejná. Každé noviny obsahují tematické zaměřené okruhy:

- zpravodajství z domova
- zpravodajství ze zahraničí
- komentáře a názory
- finance
- kultura a vzdělávání
- sport a záliby
- inzerce (plošná i řádková)
- čtenářské strany nebo rubriky
- přílohy<sup>5</sup>

S týdeníky je to obdobné. Nejznámější jsou nejspíš Reflex, Respekt a Týdeník Ekonom. Reflex vlastní Ringier Axel Springer, Respekt a Týdeník Ekonom vlastní Economia, a. s..

Důvodem, proč zde uvádíme vlastníky jednotlivých deníků a týdeníků, je upozornění na to, aby si čtenáři těchto tiskovin uvědomili, že noviny nemohou v žádném případě považovat za objektivní předávání informací a že bývají tyto noviny ovlivňovány právě těmi, kdo daný tisk vlastní. Jedná se převážně o politický zájem, předávat lidem informace podané tak, aby následně ovlivnily jejich chování.

Pro příklad a pochopení toho, co tím chceme říct, lze uvést například to, že společnost Economia, a.s., která vydává Hospodářské noviny a týdeníky Respekt a Týdeník Ekonom, vlastní Zdeněk Bakala<sup>6</sup>, který je hlavním sponzorem TOP 09. Nelze předpokládat, že v těchto periodikách budou otisknuty názory nesympatizující s názory TOP 09. Novináři a redaktoři, kteří publikují v těchto novinách, nejsou ve své práci nezávislí, musí stejně tak jako jiní zaměstnanci být loajální vůči svému zaměstnavateli, potažmo vůči jeho názorům. Koneční odběratelé, kteří tyto noviny čtou, tak dostávají informace formou, která je pro ně přijatelná. Pokud chtějí získat skutečně

---

<sup>5</sup> BURIANOVÁ, I. *Tištěná média* [online]. [cit. 2015-04-04], dostupné z WWW: [http://www.zsmstisa.cz/VismoOnline\\_ActionScripts/File.ashx?id\\_org=400089&id\\_dokumenty=1508](http://www.zsmstisa.cz/VismoOnline_ActionScripts/File.ashx?id_org=400089&id_dokumenty=1508)

<sup>6</sup> JUSTICECZ. *Veřejný rejstřík*. Economia a.s. [online]. 2006 [cit. 2015-04-04]. Dostupné z WWW: <https://or.justice.cz/ias/ui/rejstrik-firma.vysledky?subjektId=714311&typ=PLATNY>

nestranné názory, postoje a informace, nelze se spoléhat na noviny, které jsou politicky zaměřené nebo mají politický záměr.

Stejným příkladem může být mediální společnost MAFRA, kterou vlastní Andrej Babiš (hnutí ANO).

Zde je potřeba si skutečně uvědomit souvislost vlastnictví společnosti s daným tiskem, který čteme. Dospělý člověk má už za sebou zkušenosti a vlastní postoje. Ve většině případů dokáže sám rozpoznat, zda dokáže s daným článkem a danou informací souhlasit či nikoli, hledá další souvislosti, další informace. Nenechá se ovlivnit na základě jednoho článku či názoru.

Oproti tomu děti, které se k těmto novinám dostávají, jsou obvykle v pubescentním věku, kdy své názory nemají ještě pevně ukotvené a jsou lehce ovlivnitelnými v případě, že jim určité postoje začnou dávat smysl. Pokud je jejich přístup k informacím omezený (například pouze ve formě odběru jednoho konkrétního periodika), míra ovlivnění je ještě větší. Zde je potřeba klást důraz na to, aby si mohly vytvořit názor sami. K tomu je nutné, aby získávaly informace z různých zdrojů, ideálně to, že pokud rodina inklinuje ke čtení periodického tisku, nestát se předplatitelem, ale každý týden kupovat jiné noviny. K dítěti se tak nedostávají pouze jednostranně podané informace.

Další možností je soustředit pozornost na tzv. nezávislé novináře. Tito novináři jsou v dnešní době ve svém oboru špičkou a mohou si tak dovolit psát nezávisle. V drtivé většině pracují na volné noze a do novin pouze přispívají. Je však dobré znát jejich jména, protože ve chvíli, kdy se k článku nezávislého novináře čtenář dostane, ví, že v tomto textu nemusí hledat skrytou snahu ovlivňovat.

## **3.2 Rozhlas a televize**

### **3.2.1 Rozhlas**

Vycházíme z předpokladu, že v dnešní době lidé rozhlas poslouchají z důvodu poslechu hudby a zábavy. Vzhledem k dnešním možnostem získávání informací nelze tvrdit, že by zde rozhlas zaujímal zásadní místo v ovlivňování veřejnosti. Rozhlas jako první z prostředků masové komunikace pronikl hlouběji do jednotlivých domácností, a to se odrazilo i v tom, že musel vyhovět rozmanitosti potřeb, hodnot, zájmů a očekávání masové společnosti.

Samozřejmě lze zmínit Český rozhlas, který je veřejnoprávní, tudíž vlastníkem není soukromý subjekt, ale stát. Dá se zde tedy předpokládat určitá objektivita a je taktéž pravda, že Český rozhlas má jinou strukturu programu než komerční rádia. V této práci se však zabýváme médií především s ohledem na vliv dětí a předpokládáme, že poslech Českého rozhlasu, i rozhlasu obecně, je u dnešních dětí mizivý, s tím souvisí i mizivá pravděpodobnost vlivu rozhlasu na dané dítě.

### **3.2.2 Televize**

Dostáváme se nyní k médiu, které během jedné generace ovlivnilo život mnoha rodin a které se stalo součástí života vůbec. Jedná se o médium, které na jednu stranu přispělo k tomu, že rodina byla v určitou dobu pohromadě, na druhou stranu je jí vytýkána izolovanost i v rámci rodiny. Především se jedná o to, že u sledování televize jednotliví členové rodiny spolu nemluví, sedí vedle sebe, ale jejich pozornost není dána sobě samým, ale televizi. Téměř každý ve svém okolí zná někoho, komu se rozpadl vztah nebo manželství právě z důvodu chybějící komunikace. Často je pak slyšet, že jeden z partnerů nebo oba přesunuli zájem na dění v televizi a přestali se zajímat sami o sebe.

Televizi lze brát jako největší masové médium vůbec. V mnohých ohledech předčí i internet. Jedná se například o zviditelňování jednotlivých osobností. Z hlediska ovlivňování má rozhodně svou nezastupitelnou a vůdčí sílu.

Než přejdeme k samotným vlivům, je dobré si uvědomit, jaké cíle nebo jaké funkce televize vůbec má. Můžeme vycházet z obecných funkcí masmédií, které

zveřejnila Asociace institucí vzdělávání dospělých ČR. Ta považuje za nejčastější funkce tyto:

- informovat
- bavit
- vychovávat
- přesvědčovat
- vzdělávat<sup>7</sup>

Informační funkce je z hlediska ovlivňování téměř totožná s tiskem. Avšak v případě, že divák je zároveň čtenářem denního tisku, není v takovém případě zcela jasně dané, k jakému médiu má tento konkrétní jedinec větší důvěru, tím pádem, které médium ho více ovlivňuje. Televize má však tu výhodu, že svá tvrzení usvědčuje různými reportážemi, kde v několika minutách přesvědčuje diváka o pravdivosti tohoto tvrzení. Na diváka tak působí nejen poslech samotné zprávy a intonace, jakým způsobem zprávu moderátor prezentuje, ale je zde zapojen i zrak (zpráva je většinou divákovi přednesena i ve formě textu) a v následné reportáži jsou v divákovi vzbuzovány určité emoce. Zde je tedy velký prostor pro ovlivňování veřejnosti, pro ovlivňování toho, jakým způsobem budou určité informace získávat a jaké emoce má zpráva v lidech vzbudit. Spojuje se zde tak funkce informační a přesvědčovací.

Funkci vzdělávací a výchovnou lze uplatnit jak u dospělých, tak u dětí. Co se týče dětí, jedná se zde v případě výchovné funkce o pořady určené pro děti, které nenásilnou formou učí základní principy chování či základní pravidla v daném státě, které je nutno dodržovat (pravidla silničního provozu, první pomoc atd.). V případě vzdělávací funkce jsou to nejen pořady určené přímo dětem, které napomáhají k lepšímu pochopení určitých zákonitostí v oblastech všeobecného vzdělávání (biologie, zoologie, botanika,...), ale také obecné pořady určené pro širokou veřejnost. Zde se jedná například o různé reportáže ze zahraničí, které ukazují a informují, jak se žije v jiných státech ve světě, nebo o pořady zaměřené na život zvířat.

---

<sup>7</sup> PALÁN, Z. *Hromadné sdělovací prostředky (masmédia)* [online]. [cit. 2015-04-06]. Dostupné z WWW: <http://www.andromedia.cz/andragogicky-slovník/hromadne-sdelovaci-prostredky-masmedia>



V tomto výčtu chybí jedna funkce, která je zásadní, co se týče ovlivňování dítěte, a to je komercializace a získávání pozornosti těchto dětí. Tuto funkci lze však propojit s funkcí „bavit“, protože spolu velice úzce souvisí.

### 3.3 Internet<sup>8</sup>

Pokud jsme si za cíl této kapitoly vymezili shrnout vznik a vývoj masových médií od jejich počátku po dnešní dobu, nemohli jsme jinak než začít vynálezem knihtisku, a než skončit pojednáním o internetu. Ačkoli by se mohlo zdát, že internet je v oblasti médií výdobytkem posledních let, jeho počátky sahají možná překvapivě hluboko do minulosti. Vznik internetu se datuje až do roku 1969, kdy ve Spojených státech byla zprovozněna experimentální počítačová síť ARPANET, která vznikla na popud americké armády a sloužila jako první systém pro přenos dat pomocí přepojování paketů (jeden počítač vyšle paket, který je směřován uzly sítě do cílového počítače).

Od této doby počet uživatelů začíná narůstat, zprvu se používá především na akademické půdě, kde byl původně i ARPANET (ve 4 amerických univerzitách). Postupně ale začaly umožňovat, aby se síť dále rozšiřovala i mimo univerzity.

V devadesátých letech bylo na internet připojených okolo 30 tisíc počítačů. Se zvětšující se oblibou se uživatelé začali o internet zajímat a zkoušet vyvíjet různé aplikace a software, které komunikaci usnadňovaly. Na konci 80 let byl ve švýcarském výzkumném centru CERN (The European Organization for Nuclear Research) vymyšlený protokol zvaný http (Hypertext transfer protocol) a jazyk HTML (Hypertext MarkupLanguage), které započali tvorbu prvních webových stránek a umožnily snadnější přístupnost a jednodušší komunikaci a přehlednost pro všechny uživatele.<sup>9</sup>

Pro nás, coby uživatele, jsou však významná především devadesátá léta minulého století, tedy doba, kdy je internet využíván nejširší veřejností a jednoznačně ho můžeme označit za nejrychleji se rozvíjející masové médium.

---

<sup>8</sup> LEINER, B., CERF, V., CLARK, D., KAHN, R., KLEINROCK, L., LYNCH, D., POSTEL, J., ROBERTS, L., WOLFF, S. Brief History of the Internet. *Internet Society.org* [online]. 1997 [cit. 2015-05-20]. Dostupné z WWW: <https://www.internetsociety.org/internet/history-internet/brief-history-internet/>

### 3.3.1 Styly využití internetu<sup>10</sup>

Na základě dat z průzkumu EU kids a Risks and Safety on Internet by se daly děti rozdělit do několika uživatelských kategorií:

**Opatrná skupina** – děti, které internet nepoužívají, nebo jen zřídka. Jejich surfování se skládá z aktivit, u kterých děti riskují málo a nebo se nepouští do žádných činností, díky kterým by měly riskovat (například dítě si může zřídit profil na sociální síti, ale nesdílí žádné osobní informace, především pak neznámým osobám, ani si neznámé osoby nepřidává do přátel na Facebooku).

**„Normální“ uživatelé** – uživatelé internetu, kteří tráví více času na internetu než jejich opatrnější vrstevníci, ale používají ho spíše k projevení se na sociální síti (sdílení status, chatování). Při nevhodném používání internetu mohou velice rychle spadnout do kategorie riskujících.

**Studenti** – jejich zájem o web je podobný jako u normálních uživatelů, ale jejich aktivity se nezaměřují na sociální síť, ale spíše na kreativní tvorbu či jako zdroj zpráv a novinek a hlavně jako pomoc při úkolech do školy.

**Riskující skupina** – tráví na internetu 2 a více hodin denně. Tato skupina je velice činná při přispívání na sociální síť, či tvorbě blogů nebo vlogů. Jsou hodně náchylní k rizikovým aktivitám, zvláště díky přeposílání různých řetězových zpráv, příspěvků nebo memes (většinou obrázků či video s textem, který vystihuje nějakou situaci).

**Hráči** - Tato skupina je, co se do užívání internetu, asi nejvíce vytíženou. Tyto děti tráví ve virtuálním světě každý den více než tři hodiny denně. Mezi nejčastější aktivity patří hraní her, sledování videoklipů a různých videí, či sledování streamování (jiných hráčů hrající hry). Velice málo využívají internet k tvorbě kreativních věcí jako jsou blogy a přeposílání zpráv a nevěnují se ani školní práci. Většinu této skupiny tvoří zástupci mužského pohlaví.

---

<sup>10</sup> LIVINGSTONE, S., HADDON, L., GÖRZIG, A., ÓLAFSSON, K. *Risks and Safety on the Internet: The Perspective of European Children*. London: LSE, 2011. str. 128.

**Závislý na sociálních sítích** - nejvíce dětí z této skupiny jsou dívky, a to v majoritním počtu. Nejvíce se soustředí na sociální sítě, kde hojně přispívají a tvoří blogy či vlogy. Mezi další aktivity patří úprava fotek a chatování. Svým chováním se řadí mezi uživatele riskujících na internetu.

Již z tohoto přehledu je dost jasné, že přístup, respektive využití internetu a dalších digitálních médií, je u jednotlivých uživatelů velmi odlišný. Je tedy na místě položit si otázku, co je vlastně vede k tomu, aby na internetu trávily tolik času? Pro děti se mohou stát média novou možností pro trávení volného času a zábavu, ale také příležitost pro získání nových informací a studium.<sup>11</sup> Mnohdy mladiství vyhledávají povyražení či dobrodružství ve světě internetu, aniž by o tom rodiče věděli. Především pak jim internet umožňuje utvořit si jistou nezávislost, kde si mohou odpočinout od běžných strastí života.

Zní to krásně, ale bohužel stále častěji jsme svědky úplného opaku. „Rodiče o tom nemají tušení“ - to platí, ale o „odreagování frustrací“, „bezpečí domova“, „nalezení přátel“ či „vlastní identity“ už často bohužel nemůže být řeč.

### 3.4 Kyberprostor

Pod tímto označením rozumíme takzvané on-line prostředí. Že se nejedná o problematiku nijak novou, dosvědčuje už fakt, že tento pojem byl použit již v roce 1984 americkým spisovatelem Williamem Gibsonem v románu *Neuromancer* (příběh o umělé inteligenci, která ovládá databanky a centrální terminály jedné rodiny). Prakticky se jedná o virtuální počítačový „svět“. Hlavní složkou kyberprostoru je anonymita (do jisté míry) a jeho uživatelé spolu mohou za pomoci síťových médií bez obtíží komunikovat, posílat si soubory atd.<sup>12</sup>

---

<sup>11</sup> SULER, J. *The Psychology of Cyberspace* [online]. [cit. 2015-04-06]. Dostupné z WWW: <http://users.rider.edu/~suler/psycyber/psycyber.html>

<sup>12</sup> DELBEKE, M. *The Transformation of Cyberspace in William Gibson's „Neuromancer“ From Highrise Grid to Hive* [online]. 1999 [cit. 2015-05-03], dostupné z WWW: [https://www.academia.edu/1810200/The\\_transformation\\_of\\_cyberspace\\_in\\_William\\_Gibsons\\_Neuromancer\\_from\\_highrise\\_grid\\_to\\_hive?auto=download](https://www.academia.edu/1810200/The_transformation_of_cyberspace_in_William_Gibsons_Neuromancer_from_highrise_grid_to_hive?auto=download)

Mezi nová síťová (digitální) média se řadí:

- Počítač
- Mobilní telefon
- Počítačové sítě
- Webové služby<sup>13</sup>

Výsledky statistik a průzkumů prokázaly, že děti a mladiství dnes v drtivé většině vlastní mobilní telefon a ti starší pak ještě počítač (či notebook), televizor, a chlapci k tomu z velké části disponují nejrůznějšími herními konzolemi (Playstation, Xbox, Nintendo Switch). Konzumace těchto médií jim poté logicky zabírá historicky bezprecedentní množství času. Je pravděpodobné, že více času dnes děti a mladiství věnují bohužel pouze spánku. Podle výsledků z reportu z OFCOM (regulace komunikací pro UK) se britské děti ve věku 5-15 let věnují každý den televizi, ale především internetu a hraní počítačových her až 6 hodin, a navíc ty nejstarší z nich ve věku 12-15 let uvádějí, že svůj čas tráví stejnými aktivitami až 7,5 hodiny denně.<sup>14</sup> Podobně vysoká čísla se naměřila i u dětí na území Spojených států.<sup>15</sup> U českých dětí a dospívajících se podle průzkumu naměřilo, že tráví užíváním médií o něco méně času, v průměru asi 4 hodiny za den (4-14 let).<sup>16</sup>

Zintenzivnění mediální konzumace na maximum dokládá i existence takzvaného mediálního multitaskingu, tedy sledování a využívání více médií najednou (hraní her a současné sledování videí). Výzkum z USA dokazuje, že tento jev není ojedinělý pouze v Evropě, a že americké děti tráví multitaskingem až třetinu svého času.<sup>17</sup>

V posledních deseti letech je mediální život mládeže ovlivněn právě digitálními, respektive síťovými médii (především máme na mysli internet a mobilní telefony). A to

---

<sup>13</sup> MACEK, J. Úvod do nových médií. 1. vyd. Havířov : in-PRESS CZ, 2011. str. 56.

<sup>14</sup> OFCOM, *Children and Parents: Media Use and Attitudes Report*[online]. 2012 [cit. 2015-04-06].

Dostupné z WWW: <http://stakeholders.ofcom.org.uk/binaries/research/media-literacy/oct2012/main.pdf>

<sup>15</sup> RIDEOUT, V., FOEHR, U., ROBERTS, Donald. *Generation M<sup>2</sup>: Media in the Lives of 8- to 18-year-olds* [online]. Menlo Park: Kaiser Family Foundation, 2010. str. 1. Dostupné také z WWW: [http://www.wqed.org/education/smartparent/sites/default/files/generationm2\\_media-in-the-lives-of-8-18-year-olds\\_kaiser\\_2010.pdf](http://www.wqed.org/education/smartparent/sites/default/files/generationm2_media-in-the-lives-of-8-18-year-olds_kaiser_2010.pdf)

<sup>16</sup> MEDIARESEARCH, *Děti věnují médiím v průměru čtyři hodiny denně*[online]. 2012 [cit. 2015-04-06]. Dostupné z WWW: [www.media-research.cz/aktualita/tz-deti-venuji-mediim-v-prumeru-ctyri-hodiny-denne](http://www.media-research.cz/aktualita/tz-deti-venuji-mediim-v-prumeru-ctyri-hodiny-denne)

<sup>17</sup> RIDEOUT, V., FOEHR, U., ROBERTS, Donald. *Generation M<sup>2</sup>: Media in the Lives of 8- to 18-year-olds*. Menlo Park: Kaiser Family Foundation, 2010. str. 11.

dokonce i na úkor sledování televizního vysílání, které hrálo prim dosud. Pokud se podíváme na výsledky celoevropského výzkumu z roku 2011 EU Kids Online (testovacími subjekty bylo 25 000 dětí ve věku 9-16 let z 25 zemí Evropy), aspoň jednou týdně pak použije internet asi 93% evropských dětí, na denní bázi nebo téměř každý den je to pak 60%, a doba strávená na internetu je průměrně 1,5 hodiny. Věk uživatelů, kteří poprvé vstoupí do kybeprstoru, jde rapidně dolů, podle průzkumu je to už v 9. roku u dítěte z Evropy (české dítě v 8 letech).<sup>18</sup>

V mnoha případech můžeme dokonce mluvit o závislosti mladistvých na těchto médiích, respektive komunikaci prostřednictvím médií. To je samozřejmě prvním negativním vlivem (aniž bychom dále řešili a zjišťovali o čem, s kým a jak mladiství komunikují). Z údajů výzkumu pro Německo a Velkou Británii se internet jeví jako nejdůležitější médium pro mladé, společně s mobilním telefonem. Absenci těchto věcí by vnímali mnohem hůře než například nemožnost sledovat televizi.<sup>19</sup>

Dle výzkumu EU Kids jsou činnosti, které děti podnikají v internetovém prostředí, velice různorodé. Děti uvádí, že nejvíce používají internet pro učení (až 85%), pak hraní počítačových her (83%) a sledování videí (76%). Necelé dvě třetiny dětí tráví svůj čas na sociálních sítích a pro chat s přátely. Přes polovinu dnešních dětí od 9 do 16 let má už i vytvořený profil na některé ze sociálních sítí jako jsou Facebook, Instagram, Twitter, apod. Mezi dětmi ale klesá zájem o vytváření kreativního obsahu, kde necelých 40% z dětí sdílí či publikuje na webu své výtvořry, zhruba jen jedna třetina sdílí novinky a zprávy ze světa, a pouze 11% píše blog. Vypadá to, že většina dětí se nejdříve věnuje nějaké základní činnosti, jako je používání internetu pro školní práci. Z výzkumu vychází, že většina dětí se na internetu věnují prvně důležitým aktivitám (studium) a až pak přichází na řadu zábavnější činnosti.<sup>20</sup> O pravdivosti těchto odpovědí, ale můžeme jen polemizovat.

---

<sup>18</sup> LIVINGSTONE, S., HADDON, L., GÖRZIG, A., ÓLAFSSON, K. *Risks and Safety on the Internet: The Perspective of European Children*. London: LSE, 2011. str. 26.

<sup>19</sup> OFCOM, *Children and Parents: Media Use and Attitudes Report* [online]. 2012 [cit. 2015-04-06]. Dostupné z WWW: <http://stakeholders.ofcom.org.uk/binaries/research/media-literacy/oct2012/main.pdf>

<sup>20</sup> OFCOM, *Children and Parents: Media Use and Attitudes Report* [online]. 2012 [cit. 2015-04-06]. Dostupné z WWW: <http://stakeholders.ofcom.org.uk/binaries/research/media-literacy/oct2012/main.pdf>

### **3.4.1 Rizika kyberprostoru**

V půlce 90. let začaly média pronikat do normálního života, a s tím i otázky, jestli postupně se zvětšující vliv médií s sebou přinese spíše pozitivní či negativní dopady.

Část odborné veřejnosti, pedagogů nebo i rodičů spatřovali v těchto „nových“ médiích možnosti kreativního učení. Jiní na druhé straně zdůrazňovali již od počátku významně negativní dopady technologií na vývoj dětí: od možného rozšíření negativního vzorce chování (agrese atd.) přes špatný vliv na dětskou představivost a výsledky ve škole, a až po účinky, které mohou narušit chápání základních mezilidských vztahů a vztahů v rodině.<sup>21</sup>

Rizika v kyberprostoru se začaly zvětšovat hlavně v nedávné době, kdy přišly sociální sítě, které nabývají na popularitě i mezi dětmi, především pro svoji snadnou dostupnost a rozšířenost mezi mladými.

Mezi hlavní rizika kyberprostoru dělíme: kyberšikanu, kyberstalking, kybergrooming a sexting.

### **3.4.2 Kyberšikana**

Vcelku nový jev oproti „obyčejné“ šikaně spočívá ve zneužití důvěrných, osobních sdělení (zpráv a chatů) či ve využívání inkriminovaných fotografií a videí proti nějaké osobě. Velice časté je i vytváření falešných profilů, které nepatří skutečné osobě, a následné používání tohoto profilu, aby někoho zesměšnil, ponížil či ji jiným způsobem ublížil. Je dost běžné, že tento způsob šikany se stupňuje a následně se projevuje i mimo sociální sítě a internet, a tak postupně přechází v „klasickou“ šikanu. Ve spoustě případů si agresoři natočí záznam a pak se s ním chlubí ostatním a tím oběť šikany vystavují dalšímu psychickému teroru.

---

<sup>21</sup> BUCKINGHAM, D. Children and New Media. *The Handbook of New Media handbook*. London: Sage, 2006. str. 78.

### **3.4.3 Kyberstalking**

Pronásledování na internetu. Oběti chodí zprávy, hovory nebo emaily, které se většinou stupňují a opakují se. Vzhledem k anonymitě a jednoduchosti zasílání takovýchto zpráv je to pro dotyčného velice obtěžující.

### **3.4.4 Kybergrooming**

Kybergroomer se snaží přesvědčit svou oběť k reálnému setkání. Většinou používá psychologickou manipulaci a navazuje s uživatelem důvěrný vztah. Dělí se na child grooming, který se zaměřuje pouze na děti, a kybergrooming, který postihuje i dospělé.

### **3.4.5 Sexting**

Ne tak populární u dětí jako spíše u mladistvých. Spočívá v posílání textových zpráv, emailů či fotografií a videí, které obsahují sexuální tematiku.

Používání internetu přináší i další úskalí v podobě závislosti na internetu (termín „netholismus“) a šíření poplašných a falešných zpráv – takzvaných hoaxů.

## **3.5 Mobilní telefony**

„Mobilní telefony jsou součástí našeho každodenního života, což platí nejen pro dospělé, ale také pro mladistvé a stále více i pro děti. Mobilní komunikace nabízí velké příležitosti pro rozvoj evropských ekonomik a společností. Zároveň je ale třeba zaručit ochranu mladistvých,“ naznačila již v roce 2006 komisařka pro informační společnost a média Viviane Redingová v rámci veřejné diskuse k tomuto tématu uskutečněné v Bruselu. „Podle mého názoru jsou za ochranu mladistvých při mobilní komunikaci odpovědni všichni zúčastnění: průmysl, sdružení pro bezpečnost dětí a veřejné subjekty. Čím účinnější bude samoregulace, tím menší bude potřeba státních zásahů.“<sup>22</sup>

---

<sup>22</sup> FILDES, N. Viviane Reding: The woman who is taking on the mobile phones industry. IN *INDEPENDENT.CO.UK*. [online]. 2006 [cit. 2015-03-21]. Dostupné z WWW:

<https://www.independent.co.uk/news/business/analysis-and-features/viviane-reding-the-woman-who-is-taking-on-the-mobile-phones-industry-6095371.html>

Mezi nejrizikovější projevy, respektive důsledky nesprávného využití tohoto výtvarného moderního způsobu komunikace, byly zařazeny: přístup ke škodlivému nebo nezákonnému obsahu, šikana (např. šíření urážlivých nebo kompromitujících zpráv a fotografií mezi dětmi), „grooming“ (např. když se cizí lidé „spřátelí“ s dětmi s cílem je zneužít), rizika pro soukromí dětí a nebezpečí nečekaně vysokých výdajů.

Nejen že narůstá počet mladistvých a dětí, kteří mobilní telefony využívají, ale radikálně se snižuje jejich věk. Zároveň s tím dochází k rozšíření možností mobilních telefonů. Podle průzkumu agentury Eurobarometer z května 2006 mobilní telefon vlastní v Evropě 70 % mladých lidí ve věku od 12 do 13 let a 23 % dětí ve věku od osmi do devíti let.<sup>23</sup> Mikrotelefony lze nyní využívat k zasílání videonahrávek a využívání zábavních služeb (stahování her, hudby a videonahrávek), k přístupu na internet a k službám založeným na znalosti polohy mobilního telefonu.

---

<sup>23</sup> EC.EUROPA.EU. *Special Eurobarometer 250 / Wave 64.4 – TNS Opinion & Social* [online]. 2006 [cit. 2015-05-25]. Dostupné z WWW: [http://ec.europa.eu/commfrontoffice/publicopinion/archives/ebs/ebs\\_250\\_en.pdf](http://ec.europa.eu/commfrontoffice/publicopinion/archives/ebs/ebs_250_en.pdf)



## 4 MÉDIA A SPOLEČNOST

Pokud v dnešní době mluvíme o médiích, a že to činíme velmi často, máme povětšinou na mysli noviny, časopisy, tedy tisk, dále rozhlas, v drtivé většině případů především televizi a takzvaně nová – konvergentní média, tedy ta, jež jsou založena na digitalizaci informací, jednoduše tedy internet.

Je třeba dále podotknout, že pokud dnes mluvíme o médiích, máme na mysli ta masová. Tedy systémy, které zprostředkovávají zprávy a informace obrovskému, anonymnímu souboru adresátů. A právě tento fakt ve velké míře ovlivňuje způsob interpretace informací, jež nám takový druh médií předkládá. Proces bulvarizace je potřeba zmínit, ale zřejmě netřeba vysvětlovat. Všichni si uvědomujeme, jak stateč a záběry plné násilí, krve, sexu, kauz a sporů působí především na mladistvé.

Pojďme se ale podívat trochu zpět do minulosti, doby, kdy se média teprve rozvíjela. Komunikace byla samozřejmě součástí společenského dění již velmi dávno. Proces komunikování však probíhal zcela odlišně, než je tomu dnes. Dělo se tak v rámci institucí, především náboženských, politických nebo například vzdělávacích. Pokud v těchto prvopočátcích nabývala komunikace masového charakteru, bylo cílem šíření právě politických či náboženských idejí. O negativním vlivu na konzumenta, natož pak mladistvého, tedy nemohla být řeč. Přesto v okamžiku, kdy se objevila tištěná média, vyvolalo to na straně představitelů státu i církve znepokojení možnou ztrátou kontroly a šíření nových myšlenek.

### 4.1 Funkce médií ve společnosti

Především je důležité si uvědomit, že média, ať už noviny, televize nebo internet, zde nejsou proto, aby předávali informace, tak, jak informační systémy a databáze předávají informace svým uživatelům.

V případě informačních systémů je jejich úkolem předat informace ve formě dat. Systémy jsou objektivní, nerozhodují o tom, jaká data bude nejlepší předat, aby v uživateli vyvolaly určitou reakci nebo určité chování. To, co příjemce potřebuje, zadá

do systému, a to také získá. Jediné, co může ovlivnit příjem informací, je filtr, který uživatel sám zadá.

V případě médií jde o zcela jiný proces předávání informací. Média sami rozhodují, jaké informace konečný příjemce získá a jakou formou je získá. Rozhodují, jak informaci podat, aby ve spotřebiteli vyvolala určité chování. Rozhodně nelze počítat s tím, že jedinec získá prostřednictvím médií objektivní informace.

Zde je důležité si uvědomit, že média jsou v drtivé většině komerční záležitostí. Což znamená, že fungují na základě zisku. Ve chvíli, kdy si člověk toto uvědomí, musí také dojít k závěru, že zisk získávají od konečného spotřebitele.

Ačkoli se může zdát, že média jsou zde pro nás zdarma nebo za malý finanční obnos (televizní poplatek, prodejní cena novin, měsíční paušál na připojení k internetu), není tomu tak. Konečným spotřebitelem není objednatel reklamy. Drtivá většina zisku pochází od diváka, čtenáře či uživatele. Určitě se najde spousta těch, kdo s tímto názorem nebudou souhlasit. Zde však musím podotknout, že pozornost publika není skutečně hlavním cílem médií. Cílem médií je produkovat zisk. Zisk z velké většiny získávají z reklam (ať už tištěných, hlasových, televizních nebo grafických). Avšak aby firmy byly ochotné za tyto reklamy hradit vysoké částky, musí mít médium dostatečné publikum, které reklama zaujme, zároveň musí toto publikum vyprovokovat k tomu, aby došlo k nákupnímu procesu. Firma poté náklady za reklamu zahrne do prodejní ceny svých produktů a reklamu tak v konečném výsledku zaplatí samotný spotřebitel, který se na reklamu díval, slyšel ji nebo ji viděl v novinách nebo časopise.

Tento typ ovlivňování lze výborně aplikovat na děti. Jak se uvádělo výše, dítě je ovlivnitelné mnohem více než dospělý jedinec. Je také typické, že dospělého jedince nejvíce ovlivňuje jeho samotné dítě. Z tohoto lze odvodit, že když médium ovlivňuje dítě, často se jedná o snahu o vliv na samotné rodiče. Dítě se zde tedy stává pouhým zprostředkovatelem vhodných informací, které by nemusely získat pozornost dospělého jedince.

Tento způsob předávání informací se označuje pojmem „komercializace“. Tato komercializace byla často kritizována. Mezi hlavní body kritiky patří například nízká

kulturní úroveň, což souvisí s tím, že se snaží zaujmout co nejširší „publikum“ – jak vzdělané, tak nevzdělané. Proto musí úroveň snížit tak, aby zaujala všechny. Kritizoval se také způsob, jakým média působí na samotného jedince. Jedinci se mezi sebou odcizují, média prosazují komunikaci člověk-médium-člověk, nikoli člověk-člověk nebo člověk-člověk-médium. Za zmínku stojí také kritika propagandy konzumenství. Média ovlivňují lidi tak, že vyzdvihují materialistickou stránku před duchovní.<sup>24</sup>

Všechny tyto kritické body mají v konečném důsledku za příčinu to, že se z lidí, které začnou ovládat média, stávají nevzdělaní jednotlivci, kteří jsou ve chvíli, kdy jsou zaujati médiem, částečně izolovaní od společnosti. Toto izolování lze spatřovat hlavně u uživatelů internetu. Zároveň je v médiích vyzdvihován materialismus, což ovlivňuje samotného jedince k tomu, že nákupem určitých produktů nastane v jeho životě pocit uspokojení.

## **4.2 Děti, informace a média**

U dětí je toto ovlivňování ještě markantnější. Dítě vyloženě prahne po informacích, vytváří si pomocí nich svůj vnější reálný svět. Typicky to lze vypořádat u batolete, které si hraje na zemi s hračkami. Ve chvíli, kdy se pustí televize, dítě si přestane hrát a sleduje ji. Hračky ho v tu chvíli přestanou zajímat. Přestože zřejmě nerozumí tomu, co vidí, zaujaly ho pohybuující se obrázky a zvuk. Televize mu přinesla nové informace. Získal si tak jeho pozornost.

Tak, jak dítě roste, proniká vliv médií do jeho života víc a víc. Dnešní zákonní zástupci dítěte stojí před problémem, kdy sami této technice čelí a nemají zkušenosti s výchovou dětí v informačním prostředí, protože sami v takovém prostředí vychovávat nebyli. Musí improvizovat a sami hledat hranice, kdy je přítomnost techniky pro dítě ještě bezpečná a přínosná, a kdy ho už negativně ovlivňuje. V ideálním případě se rodičům podaří zanalyzovat pozitivní vlivy médií a využít tak média jako podpůrný prostředek pro výchovu a vzdělání.

---

<sup>24</sup> MCQUAIL, D. *Úvod do teorie masové komunikace*. 2. vyd. Praha: Portál, 2002. str. 132.

Aby toho však byli schopni, musí předem odhalit, proč tu média jsou, jakým způsobem ovlivňují jejich děti a musí umět pojmenovat rizika, aby se jim mohli vyhnout. Proto potřebují v první fázi znát úkoly médií a z nich posléze vycházet.

#### 4.2.1 Negativní vliv médií na děti

Otázku, zda existuje přímá souvislost mezi konzumací mediálního násilí a následným agresivním chováním, se pokusilo do dnešní doby zodpovědět více než tři tisíce vědeckých studií, které prokazují vztah mezi násilím prezentovaným televizí a následným násilným chováním dětí a mladistvých. Na podporu tvrzení, že v pozadí dětské delikvence mohou stát média, přispěla i statistika: Údaje pro Českou republiku říkají, že dnešní třináctileté dítě vidělo v televizi 52 tisíc vražd, znásilnění, ozbrojených loupeží a přepadení, přičemž „průměrné“ dítě stráví nejméně 25 hodin týdně před obrazovkou. (Údaje z USA jsou dokonce ještě hrozivější. Američané uvádějí příklad jedenáctiletého dítěte, které zhlédlo v televizi 8 tisíc vražd a 100 tisíc dalších násilných činů)<sup>25</sup>.

Psychologové poukazují na to, že celá desetiletí výzkumu, a více než tisíc studií, ukázaly, že opravdu existuje vztah mezi sledováním násilí ve sdělovacích prostředcích a skutečnou osobní agresí. Šest významných světových organizací vydalo v r. 2000 společné prohlášení, ve kterém upozornilo na to, že násilné činy ukazované v televizi, ve filmech, a dokonce popisované v hudebních textech, jsou zodpovědné za 10 procent násilných činů, páchaných mladistvými<sup>26</sup>.

Klasickým příkladem roztočení mediálního „kolotoče násilí“ bylo uvedení filmu Olivera Stonea „Takoví normální zabijáci“ do české distribuce. Režisér dovedl myšlenku ad absurdum – pár mladistvých krutých vrahů je ve filmu oslavováno médii. Před uvedením do televize se dílo objevilo na videokazetách, přičemž reklamu uvedlo hned několik rozhlasových stanic. Evropa 2 ve své upoutávce pětadesátkrát zopakovala věty: „Otce zmlátili tyčí a utopili v akváriu, matku podpálili...“<sup>27</sup> Záležitosti se zmocnil tisk a popis násilí věrně reprodukoval. Jaký byl efekt? Diskuze o vhodnosti či nevhodnosti upoutávek vedla znovu k reprodukci popisovaného násilí a zapůsobila jako dokonalá

<sup>25</sup> SUCHÝ, A. *Mediální zlo – mýty a realita*. 1. vyd. Praha: TRITON, 2007. str. 43.

<sup>26</sup> SUCHÝ, A. *Mediální zlo – mýty a realita*. 1. vyd. Praha: TRITON, 2007. str. 43.

<sup>27</sup> JIRÁK, J., KÖPPOVÁ, B. *Masová média*. 2. vyd. Praha: Portál, 2015. str. 358.

reklama. Film celebrující vrahy slavil triumf v kinech i ve videopůjčovnách, sám byl oslavován a kruh se uzavřel.

Média sama nakonec přicházejí s podporou teorií vlivu mediálního násilí na dětské diváky, snad podle filozofie, že kde jinde by se měl diskutovat vliv médií než v médiích samotných. Naše dvě největší televizní stanice ČT i NOVA tak odvysílaly ve svých hlavních zpravodajských relacích 4. ledna 2004 zprávu, že tři chlapci z Brna ve věku třinácti let si na svém stejně starém kamarádovi zkoušeli scény z hororu, který předtím viděli na videu. Chlapec utrpěl velmi vážná mnohačetná poranění nožem<sup>28</sup>.

Tyto skutečnosti jsou jasným dokladem, že alespoň minimální vliv na agresivní chování některých dětí a mladistvých média zcela zřejmě mají. Další otázkou je, do jaké míry působí na každé dítě jednotlivě. Ovlivňují chování jen média nebo je mediální násilí jen spouštěčem agresivního jednání způsobeného genetickým kódem jednotlivce? Hraje zde úlohu věk, od kterého dítě mediální agresivitu sleduje?

V práci autorů J. Jiráka a B. Köpplové *Děti a média* se uvádí, že o samotném využívání médií je možno uvažovat zhruba od třetího roku života, tedy vlastně od ukončeného procesu separace-individuace a zrození „psychologického já“. Stejný názor má i B. Blažek, který uvádí: „*Tříleté až pětileté děti mají vnímání filmu zaměřeno na jednotlivosti. Mohou věrně reprodukovat detaily, často se jim ale do vyprávění mísí vlastní zkušenosti. Nejvíce je zajímají jednotlivé scény, do kterých si mohou promítat svou osobní zkušenost. S věkem stoupá schopnost participace na ději, která se projevuje poznámkami, výkřiky, mimikou, gesty a fyziologickými projevy.*“<sup>29</sup>

Šestileté až osmileté děti jsou již schopny chronologického řazení zhlédnutých scén, ale nedají se již natolik strhnout dějem. Pokud má dítě ve svém okolí citové zázemí, uplatňuje na jedné straně obranné mechanismy, na druhé straně ovšem také vcítění a soucítění. Dítě zapomíná na své okolí a čas, ustupuje rozptýlenost a mizí chvíle nudy. Teprve od devíti nebo deseti let se rozvíjí schopnost komplexnějšího porozumění filmu. Dítě již má dostatek zkušeností a je schopno rozlišovat mezi jednotlivými typy realismu

---

<sup>28</sup> SUCHÝ, A. *Mediální zlo – mýty a realita*, 1. vyd. Praha: TRITON, 2007. str. 44.

<sup>29</sup> JIRÁK, J., KÖPPOVÁ, B. *Masová média*, 2. vyd. Praha: Portál, 2015. str. 359.

(neboli tisíckrát „mrtvého“ Toma nebo Jerryho již chápe jako fikci). To odpovídá i konceptu smrti, který se u dítěte rozvíjí právě kolem deseti let věku. Dítě také dokáže rozlišit hlavní dějovou linii od vedlejších, ale i nadále jsou pro něj důležité detaily. Schopnost distancovat se od děje a vystihnout podstatu příběhu se rozvíjí až od jedenácti let. Teprve od tohoto věku je dítě schopné pracovat s abstraktními pojmy, hledá alternativní řešení, vytváří domněnky, myslí o myšlení a dělá soudy o soudech.

Věk dítěte, které sleduje televizi je zcela zřejmě důležitý. Pokud je sociální prostředí dítěte takové, že bývá často „odkládáno“ před televizní obrazovku, v závislosti na jeho věku potom stoupá hrozba negativního ovlivnění a nasměrování. Kromě věku je tu samozřejmě ještě spousta jiných proměnných, například dispoziční výbava jedince a jeho temperament, učení, motivace, stávající postoje, vzdělání a příslušnost k sociální skupině, vliv výchovy a rodinná konstelace, socioekonomická pozice, předchozí zkušenosti a také hlediska vývojové psychologie, rozvoj zájmů a koníčků. Do jisté míry lze také analyzovat vliv pohlaví, jelikož se obvykle tvrdí, že chlapci jsou sledováním televize ohroženi více než dívky.

Je zcela zřejmé, že vztah mezi násilím v médiích a skutečnou agresí je tvořen mnoha proměnnými a lze říci, že agrese je výsledkem kombinace různých vlivů a ne jen jednoho dominantního stimulu.

Výzkumy<sup>30</sup> však mimo jiné prokázaly, že diváci sledující televizi a násilí v ní déle než tři hodiny denně, projevují vůči okolnímu světu větší nedůvěru než ostatní a ještě navíc přeceňují fakt, že by někdy mohli být obětí kriminálního zločinu. Tito lidé mají nadměrný strach a svět kolem sebe vnímají jako nebezpečný. Nejvíce se těmito studii zabývají samozřejmě Američané, jelikož jejich statistiky kriminality u mladistvých jsou alarmující. Již v roce 1992 přišla jedna z amerických studií se závěrem, že průměrný žák opouštějící základní školu již ve svém životě viděl v televizi více než osm tisíc vražd a více než sto tisíc napadení, znásilnění nebo jiných násilných činů. Stejný průměrný žák potom hraje videohry, ve kterých používá nejrůznější zbraně minimálně čtyři hodiny

---

<sup>30</sup> MEZULÁNIK, R. Násilí a manipulace v pořadech pro děti a mládež. 2. konference *Člověk a média : Vliv médií*. Praha: Vnoř, 2003. str. 10. Dostupné také z WWW: [http://www.clovekamedia.cz/konference/sborniky/cm\\_2003\\_jaro.pdf](http://www.clovekamedia.cz/konference/sborniky/cm_2003_jaro.pdf)

týdně. Psychologové na základě celých desetiletí výzkumu poukazují na fakt, že skutečně existuje vztah mezi sledováním násilí ve sdělovacích prostředcích a skutečnou osobní agresí. V roce 2000 dokonce vydalo šest významných světových organizací společné prohlášení, ve kterém upozornily na skutečnost, že násilné činy z televizních obrazovek a dokonce i textů hudebních hitů jsou zodpovědné za deset procent násilných činů spáchaných mladistvými delikventy<sup>31</sup>. Profesor Johnson z Columbijské univerzity došel po sedmnácti letech studií, během kterých sledoval přes 700 osob od dětských let až po dospělost, k závěru, že děti, které trávily ve věku od 14 let dále více než tři hodiny denně sledováním televize, jednaly ve věku 22 let čtyřikrát častěji agresivně než děti, které televizi sledovaly méně než dvě hodiny denně.<sup>32</sup> Je důležité dodat, že většina zkoumaných jedinců byla bílé pleti a katolického vyznání a rozdíl nebyl ani v pohlaví.

Zásadní zde může být také odpověď na otázku, zda je agrese odpovědí na frustraci? Podle Dollardovy hypotézy frustrace-agrese je frustrace vždy vodítkem k agresivnímu jednání<sup>33</sup>. Ovšem, máme-li uspokojeny své základní potřeby, nejednáme agresivně. Naši přirozeností je tedy ne-agresivita. (Teorii základních potřeb vyvinul Abraham Maslow. Zde je znázorněna jeho pyramida potřeb):



Obr. 1: Maslowova pyramida potřeb<sup>34</sup>

<sup>31</sup> MEZULÁNIK, R. Násilí a manipulace v pořadech pro děti a mládež. *Vliv médií*. Praha: Vinoř, 2003. str. 14. Dostupné také z WWW: [http://www.clovekamedia.cz/konference/sborniky/cm\\_2003\\_jaro.pdf](http://www.clovekamedia.cz/konference/sborniky/cm_2003_jaro.pdf)

<sup>32</sup> MEZULÁNIK, R. Násilí a manipulace v pořadech pro děti a mládež. *Vliv médií*. Praha: Vinoř, 2003. str. 14. Dostupné také z WWW: [http://www.clovekamedia.cz/konference/sborniky/cm\\_2003\\_jaro.pdf](http://www.clovekamedia.cz/konference/sborniky/cm_2003_jaro.pdf)

<sup>33</sup> SPURNÝ, J. *Psychologie násilí : o psychologické podstatě násilí, jeho projevech a způsobech psychologické obrany proti němu*. 1. vyd. Praha: Eurounion, 1996. str. 54.

<sup>34</sup> Vlastní zdroj

### **1. Fyziologické potřeby<sup>35</sup>**

Fyziologické potřeby jsou základní (univerzální) potřeby nutné k našemu přežití: jídlo, voda, spánek, úkryt (bydlení) a sex. Pokud je jedna z těchto složek nenaplněna, zvyšuje se nepohodlí jedince (člověk ztrácí motivaci). Tyto potřeby mají nejvyšší prioritu a jsou nejnutnější k naplnění. Rovnováha těchto potřeb (nic nám nechybí ani „nepřebývá“) se nazývá homeostáze.

### **2. Potřeba bezpečí<sup>36</sup>**

Když dojde k naplnění všech fyziologických potřeb, začnou převládat a dominovat potřeby fyzické bezpečnosti. Tato potřeba úzce souvisí se situací v které se právě nacházíme, pokud se například nacházíme v zemi ohrožené válkou, nebo jsme v domácnosti, kde je na denním pořádku domácí násilí, začneme záměrně upřednostňovat jistoty a budeme hledat místo, které nám připadá více bezpečné, abysme zajistili vlastní bezpečí a přežití. Ale nemusíme zabíhat do extrému, většina lidí prostě hledá stabilní zaměstnání, má pojištění a má zabezpečený účet v bance. Největší význam nabírá tato potřeba u dětí, protože u nich je největší požadavek na to cítit se bezpečně.

Tato potřeba v sobě zahrnuje

- Osobní bezpečnost
- Sociální bezpečnost
- Finanční bezpečnost
- Zdraví a mít se „dobře“
- Bezpečnost před úrazy a nemocemi

### **3. Sociální potřeby<sup>37</sup>**

Po naplnění fyziologických a bezpečnostních potřeb je třetí nejdůležitější potřeba sociální. Ta je vnímána jako interpersonální (mezilidská) a zahrnuje pocity sounáležitosti. Tato potřeba je nejsilnější v dětství a stává se, že převažuje nad potřebou bezpečnosti (například u zneužívaných dětí).

---

<sup>35</sup> GREEN C. Classics in the History of Psychology [online]. 2000 [cit. 2015-05-23].Dostupné z WWW: <http://psychclassics.yorku.ca/Maslow/motivation.htm>

<sup>36</sup> GREEN C. Classics in the History of Psychology [online]. 2000 [cit. 2015-05-23].Dostupné z WWW: <http://psychclassics.yorku.ca/Maslow/motivation.htm>

<sup>37</sup> GREEN C. Classics in the History of Psychology [online]. 2000 [cit. 2015-05-23].Dostupné z WWW: <http://psychclassics.yorku.ca/Maslow/motivation.htm>



Mezi sociální potřeby patří:

- Přátelství
- Intimita
- Rodina

#### **4. Potřeba úcty, respektu a uznání<sup>38</sup>**

Potřeba úcty, respektu a uznání je především potřeba ega. Lidé jeví největší zájem o získání uznání, postavení, významu a respektu od ostatních. Většina lidí cítí nutkání být respektovaný, proto se angažují v zaměstnání nebo ve svém koníčku, a snaží se dosáhnout co nejlepších výsledků. Tyto aktivity dávají člověku smysl. Naopak lidé, kteří mají nízké sebevědomí často potřebují respekt od ostatních, vyhledávají slávu a uznání od druhých.

Maslow definoval dvě verze potřeb sebeúcty:

- Nižší verze – potřeba respektu od ostatních (vyšší postavení, větší uznání, sláva...)
- Vyšší verze – potřeba sebeúcty (potřeba nezávislosti, svobody, sebevědomí...)

Tyto verze se můžou zdát, že jsou striktně oddělené a nemají spolu nic společného, opak je ale pravdou a souvisejí spolu.

#### **5. Růstové potřeby<sup>39</sup>**

Míra potřeby růstu souvisí s realizováním lidského potenciálu do jeho plného využití. Maslow popisuje tuto úroveň jakou touhu dosáhnout všeho, co člověk může, aby se stal nejlepším, co může být. Každý jednotlivec může tuto touhu vnímat a cítit rozdílně. Jeden jedinec může chtít být nejlepší rodič, druhý chce být zase nejlepší ve sportu atd. Maslow věřil, že pro pochopení růstové potřeby musí člověk nejen dosáhnout uspokojující úrovně všech předchozích potřeb, ale musí je i ovládnout. U této potřeby platí pořekadlo, že „i cesta může být cíl“, protože je hlavně o samovzdělání a uvědomění si sebe sama.

---

<sup>38</sup> GREEN C. Classics in the History of Psychology [online]. 2000 [cit. 2015-05-23]. Dostupné z WWW: <http://psychclassics.yorku.ca/Maslow/motivation.htm>

<sup>39</sup> GREEN C. Classics in the History of Psychology [online]. 2000 [cit. 2015-05-23]. Dostupné z WWW: <http://psychclassics.yorku.ca/Maslow/motivation.htm>

Zdokonolávání v růstové potřebě může zahrnovat:

- Potřeba najít si partnera a rodičovství
- Využití schopností a využití talentů
- Sledování cíle
- Hledání štěstí

A. Suchý, klinický psycholog a psychoterapeut, který se zabýval podrobným výzkumem souvislostí mezi sledováním televize a agresivitou u dětí, ve své knize *Mediální zlo – mýty a realita* vymezuje na základě svých vlastních zkoumání a závěrů jeho českých i zahraničních kolegů rizikovou diváckou skupinu. Domnívá se, že pro dětského rizikového diváka platí následující: je mladší dvanácti let, sleduje televizi tři a více hodin denně, mezi jeho oblíbené pořady patří akční, násilné a hororové filmy, které zobrazují především nebezpečné televizní (tedy samoúčelné, bagatelizující, legitimizované jako sebeobrana či běžná strategie chování, vytržené z kontextu či adorované), nežije ve spořádaném sociálním prostředí a je vybaven silnější dispozicí k agresivnímu chování. Tuto skupinu není možno omezit pouze na mužské pohlaví.<sup>40</sup>

Ostatní děti budou pravděpodobně sledováním televize a zobrazovaným násilím ohroženy méně. Stále ovšem platí, že podmínky, za nichž se negativní vliv médií uplatňuje, jsou nejasné. Nejpravděpodobnějším mechanismem proto zůstává konstatování, že u takto charakterizovaného rizikového diváka, který si vybírá násilné pořady, dojde na základě jejich systematického sledování k posilující zpětné vazbě, která může posílit jeho již existující a dispozičně danou agresi. Účinek média se přitom zvyrazňuje opakováním.

Důležité postavení v dané problematice zaujímá také teorie ospravedlňování zločinů či preference násilí (teze se přiklání k tomu, že agresivní jedinci preferují násilné pořady). Tato teze totiž vyvolává další možnou otázku, na kterou také neznáme jednoznačnou odpověď – mají média tendenci spíše posilovat než měnit? A. Suchý k tomuto píše:

---

<sup>40</sup> SUCHÝ, A. *Mediální zlo – mýty a realita*, 1. vyd. Praha: TRITON, 2007. str. 47.

*„Někteří autoři totiž zcela samozřejmě uvádějí, že některé pořady v televizi „také podporují děti v učení se lepšímu, prosociálnímu chování“. Pokud jsou podobná tvrzení platná (a vyvratitelná skutečně nejsou), logicky potom můžeme se stejnou samozřejmostí tvrdit opak (funguje-li nápodoba pozitivního, musí automaticky fungovat i nápodoba negativního). Navíc by to znamenalo i příklon k variantě, že televize spíše posiluje stávající mechanismy jednání. Neboli – pokud pozitivní televizní programy posilují prosociální chování dětí, potom negativní násilné pořady mají analogický potenciál posílit asociální (či antisociální) chování dětí, ale z prosociálního jedince asociála neudělají (jakož i naopak). Ve zjednodušeném schématu bez úvah o dalších proměnných se varianta posílení jeví podle mého názoru jako mnohem pravděpodobnější než možnost, že by média měla „moc stávající a již upevněné mechanismy jednání přímo měnit.“<sup>41</sup>*

Specifickým ovlivňovatelem dnešní generace je již zmíněný internet. Sociální sítě, na kterých lidé komunikují, aniž by mnohdy věděli, kdo na druhé straně skutečně sedí, se stávají stále masovější záležitostí. Dle průzkumů prováděných v severní Americe je celých 95% lidí připojeno k internetu právě kvůli možnosti komunikace, 70% kvůli informacím, 30% kvůli zábavě a 20% kvůli nákupům.<sup>42</sup> Pokud tedy komunikace mladých lidí spočívá především na počítačové interaktivitě, je zcela logické, že následek toho bude neschopnost komunikovat přímo „z očí do očí“. Přirozeně tím mladí lidé ztrácí schopnost socializace a postupně se vyčleňují ze sociální společnosti. V určitých případech to může vést až k izolaci a nastolení života iluzí a nereálných představ.

O tom, jak může být takový únik do imaginárního světa počítačů fatální, svědčí ne jeden případ úmrtí vlivem několikadenní nepřetržité hráčské vášně.<sup>43</sup> Internet je zcela novým životním prostorem, kde vládne i vlastní životní styl. Vše, co se tam děje, se děje bez možnosti nějakého zásadního centrálního ovlivňování, což je na jednu stranu dobře, ovšem vyžaduje to po aktérech značnou vyspělost v rozpoznávání kvalit a bludů.

---

<sup>41</sup> SUCHÝ, A. *Mediální zlo – mýty a realita*, 1. vyd. Praha: TRITON, 2007. str. 47.

<sup>42</sup> MUCHA, I. *Člověk a internet. Vliv médií*. Praha: Vínor, 2003. str. 22. Dostupné také z WWW: [http://www.clovekamedia.cz/konference/sborniky/cm\\_2003\\_jaro.pdf](http://www.clovekamedia.cz/konference/sborniky/cm_2003_jaro.pdf)

<sup>43</sup> NOVINKY.CZ. *Muž hrál tři dny nonstop na počítači. Nepřežil* [online]. 2015 [cit. 2015-05-25]. Dostupné z WWW: <http://www.novinky.cz/internet-a-pc/hry-a-herni-systemy/359070-muz-hral-tri-dny-nonstop-na-pocitaci-neprezil.html>

Je zde tedy jasně vydefinováno, koho, proč a za jakých podmínek, sledování mediálního násilí negativně ovlivňuje. Bylo by tedy potřeba vyhnout se negativním působením, což ovšem neznamená vyloučit televizní obrazovku nebo internet ze života dětí a mládeže. Naopak, je třeba správně regulovat jejich sledování, aby byly přínosem a rozšiřovaly obzory našich potomků.

Nejúčinnějším „regulátorem“ zůstává pochopitelně fungující rodina a působení rodičů na dítě. Na jaký pořad a do kolika hodin se bude dítě dívat, ale i jak medializovaný obsah televizního pořadu přijme, je především záležitostí rodičů, jejich výchovy, přístupu a organizování volného času dětí. Ideálním řešením je samozřejmě omezení doby strávené před televizní či počítačovou obrazovkou jinou aktivitou (zájmovými koníčky, sportem, čtením, společně stráveným časem). Velmi důležité je naučit dítě vybírat si pořady v televizi a nesledovat absolutně vše. Naučit se televizi vypínat a odměřovat dávky mediální záplavy, ale především s dětmi komunikovat. V případě potřeby je vhodné také jednou za čas sáhnout k zákazu nebo televizi či počítač prostě vypnout. Komunikace znamená nejen partnerský vztah a rozhovor s dítětem v jeho volném čase (tedy fakt, že není odloženo před obrazovku), ale účinné je dívat se na některé pořady společně, dítěti vysvětlovat (především rozdíly mezi fikcí a realitou) a vyjadřovat své názory, tedy vést děti ke kritickému a inteligentnímu diváctví.

Jistě nechceme, aby se i u nás v Čechách vyplnily prognózy studie ze Spojených států, které dokládají, že vztahy mezi virtuální a skutečnou agresí jsou mnohem zřetelnější než vztahy mezi pasivním kouřením a rakovinou plic. Průzkum probíhal mimo jiné u vysokoškoláků, kteří byli rozděleni do dvou skupin a po dobu dvaceti minut hráli videohry. První skupina „profesionální plachtění“ a druhá skupina hru „Carmageddon“, ve které hráči zraňují a zabíjejí chodce. Poté byl na školní chodbu vyslán dobrovolník, který předstíral zranění a sténal ve velkých bolestech. Zkoumán byl čas, za který odešli daní studenti pomoci sténajícímu. Těm, kteří dvacet minut hráli agresivní hru „Carmageddon“, to trvalo čtyřikrát déle než ostatním. U tohoto testu byly použity také metody magnetické rezonance, takže byli studenti napojeni na přístroj a ten zaznamenával, co se v jejich mozku odehrává. Výsledkem bylo zjištění, že násilné scény

aktivovaly oblast mozku zvanou pravý zadní cingulat, což je místo, kde se za normálních okolností hromadí zážitky z traumatu.<sup>44</sup>

Vzhledem ke všemu uvedenému je tedy zcela jistě zapotřebí vychovávat děti ke „zdravé konzumaci televizní obrazovky“. Je přímo nutné naučit je, aby u masmédií, která každodenně sledují, dokázali rozeznat mezi dobrem a zlem i skutečností a fikcí.

Jak již bylo řečeno, největší vliv na výchovu zdravého mediálního člověka má samozřejmě rodina, ale v dnešní době rozmachu médií již také škola. Obor mediální výchova se postupně probojovává do školních osnov a díky němu bude škola schopna kvalitně napomáhat ke správnému směřování dětí v oblasti médií.

Po všech výzkumech a debatách je zcela zřejmé, že televize a média obecně mají obrovskou moc a vliv – a to hlavně na děti a mládež. Je tedy skutečně nutné, zabývat se účinně a zodpovědně tím, jak dosáhnout toho, aby ovlivňování médií zůstávalo pokud možno vždy jen na pozitivní úrovni. Média mají schopnost vzdělávat, vychovávat, obohacovat, atd. a právě těchto pozitivních přínosů bychom si měli všimnout a na ně se ve výchově dětí zaměřovat.

#### **4.2.2 Pozitivní vliv médií na děti**

V historii našeho národa hrála média významnou roli a naši předkové je drželi ve velké úctě. Václav Matěj Kramerius, zakladatel českého novinářství, by se jistě divil, jak současná žurnalistika vypadá a jaké cíle ji ženou kupředu. Zatímco se velikáni jako byl Josef Kajetán Tyl, Karel Havlíček Borovský, či František Ladislav Čelakovský, snažili rozvíjet českou a slovanskou literární tvorbu a do svých novinových článků vkládali přímo jazykové umění, dnešní bulvární tisk mnohdy postrádá i základní aspekty vkusného vyjadřování. Zatímco novináři konce devatenáctého století kladli důraz na přesnou a logickou argumentaci a snažili se informovat i obyčejné a chudé občany o politickém dění v zemi, čímž si vysloužili „novinářské ostruhy“, dnešní úspěšní novináři odkrývají soukromí známých tváří, většinou ze show businessu.

---

<sup>44</sup> MEZULÁNÍK, R. Násilí a manipulace v pořadech pro děti a mládež. *Vliv médií*. Praha: Vinoř, 2003. str. 15. Dostupné také z WWW: [http://www.clovekamedia.cz/konference/sborniky/cm\\_2003\\_jaro.pdf](http://www.clovekamedia.cz/konference/sborniky/cm_2003_jaro.pdf)

Československý rozhlas byl ikonou doby válečné a okupační. Překonával cenzuru nastolenou nacisty a informoval lid o stěžejních událostech, které se v zemi odehrávaly i za cenu osobních restrikcí a ohrožení života, dnes je zdrojem převážně hudební zábavy. Vliv médií na společnost v minulosti byl skrze pozitivní. Média lidi kultivovala. Přesto, že dnes mají ke kultivaci národa daleko, zaujala média místo významného socializačního nástroje. Hned po rodině a škole přispívají k výchově a směřování nových generací. Média dnes de facto patří do rodiny. Náleží doslova ke každodennímu životu a tím pádem spolu vychovávají. Některé z pořadů pro děti se naštěstí minimálně o výchovu k pozitivním návykům snaží. Někdy se tedy může i stát, že dítě, které sleduje kreslené dětské zprávy (Logo)<sup>45</sup>, jejichž tvůrci se silně zaměřují na ekologické povědomí, kolikrát napomenout svoje rodiče, že se nesprávně chovají vůči přírodě a okolí.

Záměru vytvořit specificky zaměřený program pro děti se zhostil generální ředitel České televize Petr Dvořák. V září roku 2012 jmenoval Petra Kolihu, bývalého uměleckého ředitele zlínského filmového festivalu pro děti a mládež, výkonným ředitelem a v prosinci téhož roku Barbaru Johnsonovou kreativní producentkou pro dětskou tvorbu. S původním pracovním názvem ČT3 byl připravován program, na který by byly přesunuty veškeré dětské pořady vysílané do té doby na veřejnoprávních stanicích a který by byl dotvořen vzdělávacími a poznávacími pořady tak, aby splňoval požadavky a potřeby dnešních mladých diváků.

Uskutečnění těchto představ přišlo na konci srpna 2013. Od 31. srpna 2013 oficiálně vysílá stanice s názvem ČT :D (*Děčko*) ve vysílacím čase od 06:00 do 20:00 hod. Zbytek vysílací doby, tedy čas mezi 20:00 a 02:00 vysílá na tomto kanále televize ČT art, která se zaměřuje na náročného dospělého diváka.

Stanice ČT :D se zaměřuje na dvě divácké skupiny, na děti ve věku mezi 4 – 8 lety (57% vysílání) a na děti ve školním věku 8 – 12 let (43% vysílání). Programové schéma pro mladší věkovou skupinu zahrnuje tyto typy pořadů<sup>46</sup>:

- **Dramatika** - pohádky a dětské filmy

---

<sup>45</sup> RÜCKER, H. Média jsou „spoluvychovateli“. 10 konference Člověk a média : Mládež a média otázka výchovy. Praha: Vínof, 2007. str 14. Dostupné také z WWW: [http://www.clovekamedia.cz/konference/sborniky/cm\\_2007\\_jaro.pdf](http://www.clovekamedia.cz/konference/sborniky/cm_2007_jaro.pdf)

<sup>46</sup> WIKIPEDIA. ČT :D In *Wikipedia: the free encyclopedia* [online]. Wikipedia Foundation, 2015 [cit. 2015-05-25]. Dostupné z WWW: [https://cs.wikipedia.org/wiki/%C4%8CT\\_%3A%3AD](https://cs.wikipedia.org/wiki/%C4%8CT_%3A%3AD)

- **Zábava** - *Kouzelná školka, Studio Kamarád*
- **Animace** - *Večerníček* a zahraniční animované pořady
- **Sport** - cvičení
- **Vzdělávání** - např. pořady *Šikulové, Moudronos a Kostičky*
- **Dokumenty** - zahraniční dokumenty o zvířatech
- **Zpravodajství** - *Zprávičky*
- **Publicistika** - *Táto, mámo, co budeme dnes dělat?*

Programové schéma zaměřené na druhou, starší věkovou skupinu nabízí tyto typy pořadů:

- **Dramatika** - pohádky, dětské filmy a původní seriály (*Mazalové, V síti ztraceného času*)
- **Zábava** - *Bludiště*
- **Animace** - zahraniční animované pořady taky pro starší děti mezi 12-15 a 15-18 *Griffinovi*
- **Sport** - cvičení, zahraniční sportovní pořady
- **Vzdělávání** - např. pořady *Tajemství vědy a techniky, Planeta YÓ a Záhady Toma Wizarada*
- **Dokumenty** - zahraniční dokumentární seriály a akční cestopisy
- **Zpravodajství** - *Zprávičky*
- **Publicistika** - *Máme rádi zvířata*

Česká televize skrze svůj program ČT Děčko prezentovala také prázdninovou soutěž pro celou rodinu, díky které měly celé rodiny možnost kvalitně a poučně trávit volný čas během letních prázdnin. Hra se jmenovala „Zachraňte duhu“ a jejím principem bylo hledat v jednotlivých krajích republiky barevné symboly, pomocí nichž se snažili zastavit odbarvování dětské stanice Děčko. Zájem o hru byl obrovský a zapojilo se do ní více jak 35 tisíc dětí z celé České republiky spolu s jejich rodiči. Rodiny s dětmi se tak v průběhu prázdnin vydávali na různá místa naší země a poznávali hrady i zámky a mnohá zajímavá místa v přírodě, jelikož všude tam byly k nalezení potřebné symboly ke hře. Úkryty vybírali skauti a skautky a na celé realizaci projektu se vůbec účastnilo spoustu dobrovolníků.

Nadšení z takového projektu projeví rodiče i děti, kteří zasílali do ČT „spoustu nadšených reakcí, kteří si chválili skauty vytipovaná místa, zprostředkování výletu

a možnosti poznávat nové lokality v jejich kraji“<sup>47</sup>. Ocenění se mu dostalo ale i na profesionálním poli. „**Dětský kanál ČT :D se dostal do užšího výběru v mezinárodním klání v oblasti televizní promotion a grafiky. Zaujal propojením marketingové podpory při loňské prázdninové soutěži Zachraňte duhu. Multimediální projekt Zachraňte duhu je mezi vybranými v kategorii Children's program campaign using multiple media. "Je fantastické, kolik rodin se loni v létě zapojilo do soutěže Zachraňte duhu. Jsme samozřejmě hrdí na ocenění, která tento projekt získává na mezinárodním poli, ještě o něco větší radostí je ale vidět, že se nám podařilo zvednout děti ze židli a celé prázdniny je bavit při pátrání po zloduchovi Černobilovi," říká ředitelka marketingu České televize Denisa Kollárová.**“<sup>48</sup> Konečné výsledky Promax BDA Promotion, Marketing and Design Global Excellence Awards 2015, které se letos konají v americkém městě Los Angeles, budou známy 11. června 2015.

Jedním ze zmíněných pořadů pro nejmenší uváděným na televizní stanici ČT Děčko jsou také „Kostičky“<sup>49</sup>. Jsou vlastně takovou hravou encyklopedií pro předškolní děti, ve které klaun Kostkáč provází děti světem dospělých. Provádí to samozřejmě pomocí her, písniček, říkadel a dětské fantazie. Děti se tedy mají šanci dozvědět plno zajímavého například o řemeslech, ekologii, materiálech, zvířatech, rostlinách, základech společenského chování, dopravních pravidlech apod. Postavičku Kostkáče vymyslel a celý pořad režíroval Ivan Látal, který dlouhodobě spolupracuje s redakcí vzdělávacích pořadů České televize a má na svém kontě i další zajímavé vzdělávací pořady. Například pořady zaměřené na výtvarnou výchovu: Barvínkovo malování, Ostrov, kde rostou housle, Rallye smysly, Proměny krajiny, Dívat se a vidět.

Česká republika je také jedinou zemí v Evropě, kde vznikl projekt seznamující děti předškolního věku s klasickou hudbou. „...*Od čtvrtého do sedmého roku lidského věku se vytváří mnoho vlastností, jež nám umožňují uspokojivé zapojení do lidské společnosti. Moc a moc záleží na tom, abychom dětem právě teď dávali to dobré, krásné*

---

<sup>47</sup> SKAUTING. 98 oddílů pomáhá České televizi s prázdninovou hrou Zachraňte duhu[online]. 2014 [cit. 2015-05-25]. Dostupné z WWW: <http://www.skaut.cz/novinky/o-nas-v-mediich/98-oddilu-pomaha-ceske-televizi-s-prazdninovou-hrou-zachranite-duhu>

<sup>48</sup> MEDIAMANIA. Děčko je nominováno na "Oscara" za kampaň Zachraňte duhu[online]. 2015 [cit. 2015-05-25]. Dostupné z WWW: [http://mediamania.tyden.cz/rubriky/televize-radio/decko-je-nominovano-na-oscara-za-kampan-zachranite-duhu\\_342682.html](http://mediamania.tyden.cz/rubriky/televize-radio/decko-je-nominovano-na-oscara-za-kampan-zachranite-duhu_342682.html)

<sup>49</sup> ČESKÁTELEVIZE. Kostičky [online]. 1996-2015 [cit. 2015-05-25]. Dostupné z WWW: <http://www.ceskatelevize.cz/porady/1011539224-kosticky/517-kosticky/>



*a půvabné, co bude pak v nich už dál růst a zrát a přinášet jim radost ze života. A tak si dovoluji vyslovit uznání a poděkování všem tvůrcům projektu „Klasika před školou“ i těm, kdo ho uvedli v život. A Vám, vážení a milí, kdo snad čtete tyto řádky, děkuji neméně srdečně za Váš zájem. Děti si ho zaslouží !... „ Prof. Zdeněk Matějček. <sup>50</sup>*

Seriál pořadů, které vyrobila rozhlasová stanice Classic FM (nad projektem převzal záštitu UNICEF), seznamuje zábavně a nenásilnou formou děti ve věku 4-8 let s klasickou hudbou. Používá k tomu prostředky jako je pohyb, malování, hry a fantazie. Ve 42 pořadech prožívají děti se svými rodiči nebo učiteli melodii, rytmus, tempo a tóny těch nejznámějších skladeb z klasické hudby. Vnímají hudbu, její téma i barevnost tónů. Slovem je v pořadech provází herec Antonín Molčík.

Při poslechu některých pořadů se děti aktivně pohybují - hrají si na krále, zvířata, víly nebo klauny, při jiných poslouchají se zavřenýma očima a vnímají prostřednictvím fantazie vlny řek, moří, apod., při jiných pořadech zase malují obrázky. Cílem vyprávění a pouštění ukázek hudby je, aby si děti uvědomily témata, na která byla právě tato skladba napsána (např. radost a smutek, řeku a moře), aby dokázaly tóny a hudbu „číst“, aby samy časem rozpoznaly téma hudby bez vyprávění. V některých pořadech se děti seznamují s růzností zvuků nástrojů, hudebních těles, apod.

Pořady „Klasika před školou“ byly oceněny Ministerstvem kultury ČR i poradním sborem ministra školství ČR.<sup>51</sup> Oceněn byl především význam pro rozvoj a kreativitu dětí, který kladně ohodnotili i dětské psychologové a pedagogové.

Pořady byly vysílány během let 1997 – 1998 na rozhlasové stanici Classic FM a všech 42 patnáctiminutových pořadů (630 minut, tedy 10,5 hodin) je vyrobeno na deseti audiokazetách či deseti CD.

---

<sup>50</sup> ČESKÁŠKOLA. *Klasika před školou*[online]. 1999 [cit. 2015-05-25]. Dostupné z WWW: <http://www.ceskaskola.cz/1999/12/redakce-klasika-pred-skolou.html>

<sup>51</sup> ČESKÁŠKOLA. *Klasika před školou*[online]. 1999 [cit. 2015-05-25]. Dostupné z WWW: <http://www.ceskaskola.cz/1999/12/redakce-klasika-pred-skolou.html>

## 5 KONTROLNÍ ORGÁN

Co je obsahem televizního a rozhlasového vysílání, stejně jako tzv. audiovizuálních mediálních služeb na vyžádání, které jsou dostupné prostřednictvím internetu, kontroluje Rada pro rozhlasové a televizní vysílání. Rada se musí v rámci své činnosti striktně držet znění zákonů: č. 231/2001 Sb., o provozování rozhlasového a televizního vysílání; č. 132/2010 Sb., o audiovizuálních mediálních službách na vyžádání a č. 40/1995 Sb., o regulaci reklamy.

Předmětem těchto zákonných ustanovení je snaha ochránit dětské diváky před možnými negativními dopady vysílání. Zde je ovšem třeba zdůraznit, že zákon umožňuje pouze a jen sankcionování pochybení, ke kterému již ve vysílání došlo, tedy vždy zpětně. Rada nemá žádný legitimní nástroj, na základě kterého by byla schopna předem zamezit odvysílání konkrétního pořadu. Stejně tak není v její pravomoci jakkoli ovlivnit programovou skladbu vysílání kteréhokoli televizního nebo rozhlasového programu. Jde zkrátka o to, co nejvíce zamezit nekontrolovanému a neomezenému šíření potenciálně škodlivých a nebezpečných audiovizuálních mediálních obsahů.

Zákon ovšem rozhodně nemůže nahradit výchovnou roli rodiny. Jediné, co je v jeho moci, je dát rodičům dětí vodítko, který čas ve vysílání je chráněný (06:00-22:00hod.) a který je nevhodný pro dětského diváka. V tomto bodě má potom ustanovení zákona důležitou roli pro ochranu dětí z dysfunkčních rodin. V těchto rodinách nejsou děti při sledování televize nijak limitovány, a tak je především nastavení časové hranice 22. hodiny, zajišťuje jakousi ochranu. Do desáté hodiny večerní totiž není povoleno vysílání pořadů ohrožujících děti a mladistvé, a také je absolutně zakázáno vysílání pořadů obsahujících pornografii a hrubé samoúčelné násilí. Existence zákona však sama o sobě nemůže zaručit, že se do vysílání během vysílacích časů pro děti, nedostanou obsahy, které dětem nejsou určené nebo děti dokonce ohrožující. To již záleží na odpovědnosti provozovatelů vysílání. Pokud provozovatelé v tomto bodě pochybí, je úkolem Rady pro rozhlasové a televizní vysílání, aby adekvátně zakročila.

*„V září 2011 Rada pro rozhlasové a televizní vysílání zahájila kampaň „Vaše dítě, vaše televize, vaše zodpovědnost“ vycházející z priority nazvané „Ochrana dětí před negativním mediálním obsahem“. Smyslem televizní kampaně Rady pro rozhlasové a*

televizní vysílání bylo posílení rodičovské zodpovědnosti za výběr mediálních obsahů, konzumovaných dětským divákem. Spoty byly vysílány v České televizi, na Nově, Primě, v Televizi Barrandov, TV Makro Spáčil, TV Ostrov a Local TV Plus. Kampaň byla součástí dlouhodobé snahy Rady zvyšovat úroveň mediální gramotnosti v České republice. Spoty vznikly za podpory evropského fondu Phare v roce 2007 v Rumunsku. Byly reakcí tamní vysílací Rady na alarmující výsledky sociálních průzkumů, podle nichž rumunské děti tráví více času před televizí než ve škole, a to většinou bez rodičovského dohledu.“<sup>52</sup>

„Česká republika na tom není o mnoho lépe. Na základě zjištění sociologických výzkumů z posledních let má téměř polovina českých dětí ve věku 4-14 let televizor ve svém pokoji a každý druhý rodič přiznává, že se nezajímá o to, jaké pořady jeho dítě v televizi sleduje. Televize má dnes vliv na téměř celou populaci, ovlivňuje lidskou psychiku a sociální chování, a právě dětský divák je mimořádně náchylný ke kopírování negativních vzorců chování. Jako reakci na tato zjištění se Rada rozhodla zakoupit vysílací práva na rumunské spoty, textově je adaptovala na české prostředí a díky vstřícnému přístupu všech provozovatelů celoplošného televizního vysílání mohla oslovit nejširší diváckou veřejnost sdělením, že nakonec je to vždy rodič, který drží v ruce televizní ovladač. Respektive - měl by být!<sup>53</sup>

Vysílané spoty měly názvy „Půlnoc“, „Oslava“ a „Metro“ a zobrazovaly mnohdy až šokující projevy dětí, inspirované sledováním nevhodných televizních pořadů. Kampaň zaznamenala v České republice veliký úspěch. Průzkumy udávají, že alespoň jeden ze tří spotů vidělo v televizi 92 % cílové populace, 94 % rodičů považuje kampaň za užitečnou. Všechny tři spoty se zařadily mezi 10 % nejviditelnějších v posledních letech.“<sup>54</sup>

Jako negativní dopady sledování televize jsou vždy na prvním místě uváděny konzumace mediálních obsahů ztvárnujících násilí a agresivní chování. Hlavní obavy

---

<sup>52</sup> DĚTIAMÉDIA. *Kdo a jak kontroluje obsah vysílání*[online]. [cit. 2015-05-25]. Dostupné z WWW: <https://www.detiamedia.cz/art/1440/kampan-vase-dite-vasetelevize-vase-zodpovednost.htm>

<sup>53</sup> DĚTIAMÉDIA. *Kdo a jak kontroluje obsah vysílání*[online]. [cit. 2015-05-25]. Dostupné z WWW: <https://www.detiamedia.cz/art/1440/kampan-vase-dite-vasetelevize-vase-zodpovednost.htm>

<sup>54</sup> DĚTIAMÉDIA. *Kdo a jak kontroluje obsah vysílání*[online]. [cit. 2015-05-25]. Dostupné z WWW: <https://www.detiamedia.cz/art/1440/kampan-vase-dite-vasetelevize-vase-zodpovednost.htm>

jsou vždy z rizika napodobování ze strany dětí. Takové obavy byly v minulosti bohužel již mnohokrát prokázány. Mezi nejznámější případy patří poprava Saddáma Husajna v roce 2006. Záběry z popravy obletěly celý svět a následkem této medializace bylo šest mrtvých dětí v různých státech světa (Ázerbájdžán, Saudská Arábie, Maroko, USA, Alžírsko). Tyto děti totiž zemřely při hře na Husajnovu popravu.<sup>55</sup> Je tedy prokazatelné, že riziko nápodoby je při sledování médií vysoké, i když to samozřejmě neznamená, že se děti, které sledují pořady s výskytem násilných scén, musí nutně stát násilníky. Vážné riziko představuje jistě dlouhodobé sledování pořadů s násilným obsahem. To totiž může vést ke snížení citlivosti k páchanému násilí a přijetí násilí jako běžné součásti života. Děti mohou získat dojem, že násilí je běžným způsobem řešení problémů a takovýto vzorec chování potom přijmou za vlastní.

Citlivější děti potom mohou na přemíru televizního násilí reagovat úzkostí, přeceňováním reálného nebezpečí a nepřiměřeným strachem o sebe a své blízké. Právě strach ze ztráty blízkých osob je typický pro děti starší devíti let. Menší děti formují svůj strach zejména do obav z nadpřirozených jevů a bytostí.

---

<sup>55</sup> DĚTIAMÉDIA. *Kdo a jak kontroluje obsah vysílání*[online]. [cit. 2015-05-25]. Dostupné z WWW: <http://www.detiamedia.cz/col/5/kdo-a-jak-kontroluje-obsah-vysilani.htm>

## **6 PRAKTICKÁ ČÁST - VYHODNOCENÍ**

### **DOTAZNÍKOVÉHO ŠETŘENÍ**

#### **6.1 Úkol praktické části**

Praktická část se zaměřuje na vyhodnocení získaných odpovědí z dotazníkového šetření. Cílem je tedy doplnit stávající zjištění o aktuální informace z oblasti mediálního výchovy z pohledu odpovídajících respondentů. Těmito informacemi rozumíme např. druh nejčastěji sledovaného média, trávení volného času v souvislosti s médii nebo důvod sledování medií.

#### **6.2 Výzkumné předpoklady**

1. Na základě odpovědí zjistit spojitost mezi věkem a sledovanými pořady.
2. Na základě procent určit nejvíce oblíbené programy.
3. Na základě procent zjistit jak dlouho sledují dnešní děti počítač či u televizi
4. Na základě procent určit, jak dnešní děti využívají svůj volný čas
5. Na základě odpovědí zjistit, jestli se už někdy setkaly s kyberšikanou
6. Na základě procent určit jakým vybavením disponuje domácnost respondentů
7. Na základě procent určit, jestli si děti myslí, že média ovlivňují vztah mezi lidmy
8. Na základě odpovědí určit, jaké typy žánrů děti považují za nevhodné
9. Na základě procent zjistit, jestli děti už někdy viděly pořad s hvězdičkou

#### **6.3 Explorativní metody**

Pro zjištění byl použit dotazník, který obsahuje 14 otázek. Otázky byly vybrány pro zjištění, jak moc ovlivňuje doba strávená na počítači či televizi vědomí dítěte. Na test byla určena doba 15 minut.

Dotazník obsahuje otázky kategorické, výběrové, polootevřené i konkrétní. Dotazník bylo možno napsat pouze jednou, anonymně a jeho výsledek je uváděn v grafech. Přípravnou fází pro tento dotazník byla teoretická část této bakalářské práce. Obsah otázek zohledňuje pohlaví, sociální vazby a dobu strávenou u medií.

Nevýhodou dotazníku je malý počet respondentů.

## **6.4 Výběr respondentů**

### **6.4.1 Metoda zkoumání**

K realizaci této bakalářské práce byl sestaven vlastní dotazník, který byl žákům základní školy. Zadání dotazníku provedli učitelé během výuky občanské nauky.

### **6.4.2 Zkoumaný vzorek**

Dotazníku se účastnilo 213 respondentů ve věku od 10 do 15 let. Respondenty byli žáci 7. základní školy v Příbrami.

## **6.5 Vyhodnocení dotazníku**

Chlapci 100% = 110

Dívky 100% = 103

Na základě matematického vyjádření v procentech bylo zjištěno, že většina respondentů má doma televizi i s počítačem a internetovým připojením.

Chlapci nejčastěji uváděli, že surfují na internetu, sportují nebo chodí ven s kamarády. Denně tráví na počítači či u televize 4-6 hodin a sledují hlavně sportovní přenosy, akční filmy, komedie nebo animované seriály.

Dívky nejčastěji uváděli, že poslouchají hudbu, surfují na internetu nebo jdou ven s kamarády. Denně tráví na počítači 2-4 hodiny. Sledují hudební hitparády, soutěžní pořady či komedie.

Bez rozdílu pohlaví respondenti uvedli, že za nevhodný pořad se dá označit pořad s erotickou tematikou nebo horror, a majoritní většina uvedla, že média ovlivňují vztah mezi lidmi spíše k horšímu, nebo že neví.

Taktéž všichni respondenti uvedli, že někdy sledovali pořady s hvězdičkou.

Nikdo z respondentů nevedl, že by se někdy setkal s kyberšikanou, což se jeví poněkud podezřele.

## 6.6 Případná řešení

### 6.6.1 Vzdělávání

Vzhledem k tomu, že dnešní svět stojí a padá na médiích, na jejich moci, na jejich vlivu a neustálém působení na masovou veřejnost, měli bychom mladou generaci učit „chodit“ po tomto novém „mediálním světě“. Měli bychom je učit, jak správně selektovat mediální sdělení, jak si najít v médiích pozitivní přínosy, jak se pomocí médií vzdělávat, ale i to, jak se v médiích chovat a působit, pokud se někdy dostanou na druhý břeh. Toto učení je třeba zahrnout do základního vzdělání každého jedince. Měl by proto vzniknout samostatný školní předmět s názvem Mediální výchova.

Jak totiž vyplývá z předchozích kapitol, děti každopádně tráví spoustu volného času před obrazovkami televize či internetu a *„jak je vidět z předchozích výzkumů, děti chtějí sledovat všechno, co jim televize nabízí, a to v rozsahu průměrně tři a půl hodiny denně. A protože programů pro děti a mládež je nedostatek, děti sledují to, co jim v této době televize nabízí. Pohádky, komedie, telenovely, Esmeraldy, až po večerní filmy. Potřebují ty tři a půl hodiny, které sledují, pokrýt a jestliže tam nejsou pořady, které jsou pro ně, a v tu dobu, kdy oni je mohou sledovat, tak zkrátka sledují to, co tam právě je. Stejně tak je tomu na Západě i na Východě, podle průzkumů je to úplně stejné všude.*

*... Výzkum ve Spojených státech dále ukázal, že u dětí a teenagerů vrcholí čas sledování televize mezi půl devátou a půl desátou večer. U nás ještě konkrétní výsledky nejsou, ale bude to trochu jiné, protože denní doba je u nás poněkud rozdělená. Ale to je zajímavé: od půl deváté do půl desáté sleduje každé čtvrté dítě ve věku od dvou do jedenácti let televizi. Následkem toho je snížení prahu citlivosti a především zvýšení pocitu strachu. Pokud se tedy nějaká televize chlubí nejlepší sledovaností na světě, bez ohledu na to, zda jsou programy pro děti a mládež vhodné, musíme se ptát, proč tomu tak je. ...<sup>56</sup>*

---

<sup>56</sup> MEZULÁNIK, R. Násilí a manipulace v pořadech pro děti a mládež. 2. konference Člověk a média : Vliv médií. Praha: Vinoř, 2003. str. 10. Dostupné také z WWW: [http://www.clovekamedia.cz/konference/sborniky/cm\\_2003\\_jaro.pdf](http://www.clovekamedia.cz/konference/sborniky/cm_2003_jaro.pdf)

Mediální výchova by potom měla naučit děti, jak být správným divákem, posluchačem, anebo tvůrcem mediálních obsahů. Předmět by měl vybavit žáka základní úrovní mediální gramotnosti, která zahrnuje jak osvojení si některých základních poznatků o fungování a společenské roli současných médií, tak i získání dovedností podporujících sebevědomé, aktivní a nezávislé zapojení jednotlivce do mediální komunikace. Měla by učit schopnosti správně rozeznat odpovídající médium jako prostředek pro naplňování nejrůznějších potřeb, ať již vzdělávání nebo naplnění volného času.

### 6.6.2 Mediální výchova

Většina škol v dnešní době začleňuje téma mediální výchovy do osnov jiných předmětů. Stává se tedy například dílčí částí předmětu Základy společenských věd, ale není zde dodržován žádný plán ani tematický harmonogram.

Začleňování tohoto tématu do výuky vychází z Rámcových vzdělávacích programů schválených MŠMT. Dne 24. 7. 2007 schválilo MŠMT Rámcový vzdělávací program pro gymnázia (RVP G) a Rámcový vzdělávací program pro gymnázia se sportovní přípravou (RVP GSP).<sup>57</sup> Tyto programy jsou určeny pro čtyřletá gymnázia a vyšší stupeň víceletých gymnázií. Odborníci, kteří pracovali na přípravě Rámcového vzdělávacího programu pro gymnázia, vytvořili jakousi základní strukturu, jak by měla výuka probíhat a o čem by měla být. Vytyčili hlavní cíle mediální výchovy, jako odrazového můstku pro všechny, kteří budou osnovy tohoto předmětu připravovat.

Hlavní cíle mediální výchovy jsou:<sup>58</sup>

- **přiblížit, jak fungují mediální texty;**
- **vysvětlit, jak se podílejí na vytváření významů;**
- **vyložit, jak fungují mediální organizace;**
- **popsat, jak se publikum zmocňuje mediálních produktů, technologií a institucí a dodává jim význam.**

---

<sup>57</sup> PASTOROVÁ, M. *Mediální výchova – ukázka zpracování*. Metodický portál, inspirace a zkušenosti učitelů. [online]. 2008 [cit. 2015-05-22], Dostupné z WWW:

<http://clanky.rvp.cz/clanek/o/z/2108/MEDIALNI-VYCHOVA---UKAZKA-ZPRACOVANI.html/>

<sup>58</sup> PASTOROVÁ, M. *Mediální výchova – ukázka zpracování*. Metodický portál, inspirace a zkušenosti učitelů. [online]. 2008 [cit. 2015-05-22], Dostupné z WWW:

<http://clanky.rvp.cz/clanek/o/z/2108/MEDIALNI-VYCHOVA---UKAZKA-ZPRACOVANI.html/>



Cíle jsou tedy obecně stanoveny a je na každém kantorovi, jak se výuky zhostí. Je však třeba upozornit, že nesprávným přístupem k mediální výchově je například navštěvování divadel výstav či koncertů. V tomto případě jde totiž pouze o využívání edukační nabídky dalších vzdělávacích a kulturních institucí, a ne o Mediální výchovu jako takovou. *(Jiný případ by byl, pokud by se pozornost zaměřila na sledování informací z oblasti Umění a kultury a zprostředkovávání uměleckého díla prostřednictvím internetu, televize, tisku apod. Ani to by však nebylo dostačující, protože je důležité, k čemu mají tyto informace sloužit a jak jsou dál využívány.)*

Předmět Mediální výchova má zkrátka vybavit žáky základní úrovní mediální gramotnosti. Žáci mají získat základní poznatky o fungování a roli médií v současnosti, mají být vedeni k analýze předkládaných sdělení, k posuzování jejich věrohodnosti a k zjišťování komunikačního záměru. Předmět se má zaměřit na vytváření kritického přístupu k mediálním sdělením a na schopnost interpretace tohoto sdělení. Jde o to, získat schopnost správně využívat média jako zdroje informací, kvalitní zábavy i naplnění volného času.

Nová generace by se měla naučit pochopit cíle a strategie mediálních obsahů, získat představy o samotném fungování médií a jejich strategiích, rozvíjet své komunikační schopnosti a ty také využívat při týmové práci. Dosáhnout uspokojivého stupně mediální gramotnosti.

*„Mediální gramotnost se týká dovedností, znalostí a porozumění, které spotřebitelům umožňují efektivní a bezpečné využívání médií. Mediálně gramotní lidé by měli být schopni provádět informovanou volbu, chápat povahu obsahu a služeb a být schopni využívat celé širé příležitosti, které nabízejí nové komunikační technologie. Měli by být schopni lépe chránit sebe a své rodiny před škodlivým nebo urážlivým obsahem. Proto je třeba rozvoj mediální gramotnosti ve všech oblastech společnosti podporovat a pečlivě sledovat její pokrok.“<sup>59</sup>* Takto mediální gramotnost vymezuje směrnice č. 2010/13/EU o Audiovizuálních mediálních službách. Český právní řád jinak mediální gramotnost nijak nedefinuje.

Rada pro rozhlasové a televizní vysílání nechala udělat průzkum stavu mediální gramotnosti u české populace. V létě roku 2011 byly potom zveřejněny první výsledky týkající se osob starších 15 let, a na konci listopadu potom výsledky průzkumu zaměřeného na děti školního a předškolního věku. Závěry ukázaly, že u české populace do 15 let zůstává dominantním médiem v rodině televize, ale pomalu se ztrácí spojení televizního programu a televizního přijímače, jelikož jeho funkci přebírá počítač.

*„Přístroj“ a „obsah“ se od sebe oddělují i v přístupu mladých uživatelů. Tendence ke vnímání televize jako prostředku individuální volby a spotřeby stoupá s věkem, děti předškolního věku vítají, když jsou rodiče ochotni dívat se na „jejich“ pořady.<sup>60</sup>*

*„Představy dětí v předškolním, mladším školním i starším školním věku o roli a obsahu zpravodajství jsou závislé na postojích rodičů a v zásadě jsou spíše stereotypní. Převažuje představa, že zpravodajství není relevantní výpovědi o světě. Děti všech sledovaných věkových kategorií mají poměrně jasnou představu o roli a komunikačním cíli reklamních sdělení, a to včetně základního povědomí o komunikačních strategiích používaných v reklamních sděleních. S přibývajícím věkem klesá deklaratorní zájem o reklamu a její odmítání se stává statusovou záležitostí. Výzkum dále ukázal, že v rodinách existuje poměrně silná rodičovská kontrola užívání televize. Tato kontrola má jak omezující, tak doporučující rovinu. Omezení se týkají jak*

---

<sup>59</sup> DĚTIAMÉDIA. *Co je mediální gramotnost*[online]. [cit. 2015-05-25]. Dostupné z WWW: <http://www.detiamedia.cz/art/1441/co-je-medialni-gramotnost.htm>

<sup>60</sup> DĚTIAMÉDIA. *Co je mediální gramotnost*[online]. [cit. 2015-05-25]. Dostupné z WWW: <http://www.detiamedia.cz/art/1441/co-je-medialni-gramotnost.htm>

*rozsahu užívání médií, tak konkrétních obsahů (mezi nimi převažuje restrikce násilných obsahů, obsahů vzbuzujících úzkost a erotických obsahů). Doporučení se týkají vzdělávacího potenciálu vybraných pořadů. V rodinách se uplatňuje poměrně zřetelná rodičovská kontrola užívání osobních počítačů, a to jak sociální (pravidly a domluvou), tak technologická (softwarem). Limitem této kontroly je počítačová gramotnost rodičů. Rodičovská kontrola užívání počítačů se výjimečně týká i sociálních rizik (narušení soukromí), ale soustřeďuje se především na technologická rizika (viry) a ekonomická rizika (vynucení internetové platby).“<sup>61</sup>*

---

<sup>61</sup> DĚTIAMÉDIA. *Co je mediální gramotnost*[online]. [cit. 2015-05-25]. Dostupné z WWW: <http://www.detiamedia.cz/art/1441/co-je-medialni-gramotnost.htm>

## Závěr

Cílem této bakalářské práce bylo najít či přispět k řešení současného problému vzrůstajícího působení médií na mladého člověka.

Média dnes s sebou přinášejí nejrůznější úskalí a je jen otázkou nadcházejících let, jak se s tím dnešní mladá generace vyrovná.

Nelze jednoznačně určit, zdali média mají pozitivní či negativní vliv, avšak dá se dohledat souvislost mezi působením médií a následným pohledem dítěte na svět.

V teoretické části byla podrobně rozebrána všechna média i s jejich historií a dnešním aktualizovaným moderním konceptem.

Dnes nejvíce převažuje fenomén internetu, který za sebou zanechává i televizní vysílání. Bohužel s nástupem tohoto kyberprostoru vznikla anonymita, která může ohrozit především důvěřivé děti. Je potřeba se soustředit na jejich vzdělávání a to nejen od školy, ale i od rodičů. Naučit dítě, jak co nejlépe vstřebat předávané informace, dát jim co nejlepší morální základ a naučit je, jak poznat fikci od reality.

Dovolujeme si tvrdit, že děti a mladiství v podstatě zcela nenaplňují ani ty ryze optimistické, ani ty výrazně pesimistické vize, mimo jiné i proto, že dopad technologií na lidské chování je jen zřídka přímý a stejný pro všechny uživatele. Rodinné prostředí, sociální rozvrstvení, způsoby výchovy, povaha školského systému a národní kultury, společenské způsoby regulace médií – všechny tyto faktory se podílejí na tom, jak budou jedinci média přijímat, co s nimi.

Případným řešením tedy může být větší začleňování mediální výchovy do osnovy předmětů nebo i jeho osamostatnění, a to i na základních školách, ne jen na gymnáziích.

Je už jen na nás, dospělých, jak si s tímto narůstajícím fenoménem poradíme.

## Seznam použitých zdrojů

### Literární zdroje

- 1) CEJPEK, J. *Informace, komunikace a myšlení: úvod do informační vědy*. 2. vyd. Praha : Karolinum, 2006. str. 234. ISBN 80-246-1037-X
- 2) BUCKINGHAM, D. Children and New Media. In LIEVROUW, L., LIVINGSTONE, S. *The Handbook of New Media*. Student edition. London : SAGE Publications Ltd, 2006. str. 265 s. 76–91 s., *The handbook of New Media : Updated Student Edition*. ISBN 1-4129-1873-1.
- 3) JIRÁK, J., KÖPPLOVÁ, B. *Masová média*. 2. vyd. Praha : Portál, 2015. str. 392. ISBN 978-80-262-0743-6
- 4) LIVINGSTONE, S., HADDON, L., GÖRZIG, A., ÓLAFSSON, K. *Risks and Safety on the Internet: The Perspective of European Children*. London : LSE, 2011. str. 169 s. ISSN 2045-256X.
- 5) MACEK, J. *Úvod do nových médií*. 1. vyd. Havířov : in-PRESS CZ, 2011. str. 71. ISBN 978-80-7464-025-4.
- 6) MCQUAIL, D. *Úvod do teorie masové komunikace*. 2. vyd. Praha : Portál, 2002. str. 447. ISBN 978-80-7367-338-3
- 7) SPURNÝ, J. *Psychologie násilí: o psychologické podstatě násilí, jeho projevech a způsobech psychologické obrany proti němu*. 1. vyd. Praha : Eurounion, 1996. str. 134. ISBN 80-85858-30-4.
- 8) SUCHÝ, A. *Mediální zlo – mýty a realita*. 1. vyd. Praha : TRITON, 2007. str. 176. ISBN 978-80-7254-926-9
- 9) WIENER, N. *Kybernetika a společnost*, 1. vyd. Praha : ČSAV, 1963. str. 216.

### Elektronické zdroje

- 1) BURIANOVÁ, I. *Tištěná média* [online]. [cit. 2015-04-04], dostupné z WWW: [http://www.zsmstisa.cz/VismoOnline\\_ActionScripts/File.ashx?id\\_org=400089&id\\_dokumenty=1508](http://www.zsmstisa.cz/VismoOnline_ActionScripts/File.ashx?id_org=400089&id_dokumenty=1508)
- 2) DELBEKE, M. *The Transformation of Cyberspace in William Gibson's „Neuromancer“ From Highrise Grid to Hive* [online]. 1999 [cit. 2015-05-03], dostupné z WWW: [https://www.academia.edu/1810200/The\\_transformation\\_of\\_cyberspace\\_in\\_William\\_Gibsons\\_Neuromancer\\_from\\_highrise\\_grid\\_to\\_hive?auto=download](https://www.academia.edu/1810200/The_transformation_of_cyberspace_in_William_Gibsons_Neuromancer_from_highrise_grid_to_hive?auto=download)

- 3) ČESKÁTELEVIZE. *Kostičky* [online]. 1996-2015 [cit. 2015-05-25]. Dostupné z WWW: <http://www.ceskatelevize.cz/porady/1011539224-kosticky/517-kosticky/>
- 4) ČESKÁŠKOLA. *Klasika před školou* [online]. 1999 [cit. 2015-05-25]. Dostupné z WWW: <http://www.ceskaskola.cz/1999/12/redakce-klasika-pred-skolou.html>
- 5) DĚTIAMÉDIA. *Co je mediální gramotnost* [online]. [cit. 2015-05-25]. Dostupné z WWW: <http://www.detiamedia.cz/art/1441/co-je-medialni-gramotnost.html>
- 6) DĚTIAMÉDIA. *Kampaň Vaše dítě, vaše televize, vaše zodpovědnost* [online]. [cit. 2015-05-25]. Dostupné z WWW: <https://www.detiamedia.cz/art/1440/kampan-vase-dite-vasetelevize-vase-zodpovednost.htm>
- 7) EC.EUROPA.EU. *Special Eurobarometer 250 / Wave 64.4 – TNS Opinion & Social* [online]. 2006 [cit. 2015-05-25]. Dostupné z WWW: [http://ec.europa.eu/commfrontoffice/publicopinion/archives/ebs/ebs\\_250\\_en.pdf](http://ec.europa.eu/commfrontoffice/publicopinion/archives/ebs/ebs_250_en.pdf)
- 8) GREEN C. Classics in the History of Psychology. In *Psychclassics.org* [online]. 2000 [cit. 2015-05-23]. Dostupné z WWW: <http://psychclassics.yorku.ca/Maslow/motivation.htm>
- 9) FILDES, N. Viviane Reding: The woman who is taking on the mobile phones industry. IN *INDEPENDENT.CO.UK*. [online]. 2006 [cit. 2015-03-21]. Dostupné z WWW: <https://www.independent.co.uk/news/business/analysis-and-features/viviane-reding-the-woman-who-is-taking-on-the-mobile-phones-industry-6095371.html>
- 10) JUSTICECZ. *Veřejný rejstřík*. Economia a.s. [online]. 2006 [cit. 2015-04-04]. Dostupné z WWW: <https://or.justice.cz/ias/ui/rejstrik-firma.vysledky?subjektId=714311&typ=PLATNY>
- 11) LEINER, B., CERF, V., CLARK, D., KAHN, R., KLEINROCK, L., LYNCH, D., POSTEL, J., ROBERTS, L., WOLFF, S. Brief History of the Internet. In *Internet Society.org* [online]. 1997 [cit. 2015-05-20]. Dostupné z WWW: <https://www.internetsociety.org/internet/history-internet/brief-history-internet/>
- 12) MEDIAMANIA. *Děčko je nominováno na "Oscara" za kampaň Zachraňte duhu* [online]. 2015 [cit. 2015-05-25]. Dostupné z WWW: [http://mediamania.tyden.cz/rubriky/televize-radio/decko-je-nominovano-na-oscar-za-kampan-zachrante-duhu\\_342682.html](http://mediamania.tyden.cz/rubriky/televize-radio/decko-je-nominovano-na-oscar-za-kampan-zachrante-duhu_342682.html)
- 13) MEDIARESEARCH, *Děti věnují médiím v průměru čtyři hodiny denně*. [online]. 2012 [cit. 2015-04-06]. Dostupné z WWW: [www.mediaresearch.cz/aktualita/tz-deti-venuji-mediim-v-prumeru-ctyri-hodiny-denne](http://www.mediaresearch.cz/aktualita/tz-deti-venuji-mediim-v-prumeru-ctyri-hodiny-denne)

- 14) MEZULÁNIK, R. Násilí a manipulace v pořadech pro děti a mládež. In Centrum Mariapoli. *2. konference Člověk a média :Vliv médií*. Praha: Vinoř, 2003. str. 16. Dostupné také z WWW: [http://www.clovekamedia.cz/konference/sborniky/cm\\_2003\\_jaro.pdf](http://www.clovekamedia.cz/konference/sborniky/cm_2003_jaro.pdf)
- 15) MUCHA, I. Člověk a internet. In Centrum Mariapoli. *2. konference Člověk a média: Vliv médií*. Praha: Vinoř, 2003. str. 16. Dostupné také z WWW: [http://www.clovekamedia.cz/konference/sborniky/cm\\_2003\\_jaro.pdf](http://www.clovekamedia.cz/konference/sborniky/cm_2003_jaro.pdf)
- 16) NOVINKY CZ. *Muž hrál tři dny nonstop na počítači. Nepřežil* [online]. 2015 [cit. 2015-05-25]. Dostupné z WWW: <http://www.novinky.cz/internet-a-pc/hry-a-herni-systemy/359070-muz-hral-tri-dny-nonstop-na-pocitaci-neprezil.html>
- 17) OFCOM, *Children and Parents: Media Use and Attitudes Report* [online]. 2012 [cit. 2015-04-06]. Dostupné z WWW: <http://stakeholders.ofcom.org.uk/binaries/research/media-literacy/oct2012/main.pdf>
- 18) PALÁN, Z. *Hromadné sdělovací prostředky (masmédia)* [online]. [cit. 2015-04-06]. Dostupné z WWW: <http://www.andromedia.cz/andragogicky-slovník/hromadne-sdelovaci-prostredky-masmedia>
- 19) PASTOROVÁ, M. *Mediální výchova – ukázka zpracování*. Metodický portál, inspirace a zkušenosti učitelů.[online]. 2008 [cit. 2015-05-22], Dostupné z WWW: <http://clanky.rvp.cz/clanek/o/z/2108/MEDIALNI-VYCHOVA---UKAZKA-ZPRACOVANI.html/>
- 20) RIDEOUT, V., FOEHR, U., ROBERTS, Donald. *Generation M<sup>2</sup>: Media in the Lives of 8- to 18-year-olds* [online]. Menlo Park: Kaiser Family Foundation, 2010. str 79 s. Dostupné také z WWW: [http://www.wqed.org/education/smartparent/sites/default/files/generationm2\\_media-in-the-lives-of-8-18-year-olds\\_kaiser\\_2010.pdf](http://www.wqed.org/education/smartparent/sites/default/files/generationm2_media-in-the-lives-of-8-18-year-olds_kaiser_2010.pdf)
- 21) RÜCKER, H. Média jsou „spoluvychovatelé“. In Centrum Mariapoli. 10 konference Člověk a média : Mládež a média otázka výchovy?. Praha: Vinoř, 2007. str 28. Dostupné také z WWW: [http://www.clovekamedia.cz/konference/sborniky/cm\\_2007\\_jaro.pdf](http://www.clovekamedia.cz/konference/sborniky/cm_2007_jaro.pdf)
- 22) SKAUTING. *98 oddílů pomáhá České televizi s prázdninovou hrou Zachraňte duhu* [online]. 2014 [cit. 2015-05-25]. Dostupné z WWW: <http://www.skaut.cz/novinky/o-nas-v-mediich/98-oddilu-pomaha-ceske-televizi-s-prazdninovou-hrou-zachranite-duhu>

- 23) SULER, J. *The Psychology of Cyberspace* [online]. [cit. 2015-04-06]. Dostupné z WWW: <http://users.rider.edu/~suler/psycyber/psycyber.html>
- 24) WIKIPEDIA. ČT :D In *Wikipedia: the free encyclopedia* [online]. Wikipedia Foundation, 2015 [cit. 2015-05-25]. Dostupné z WWW: [https://cs.wikipedia.org/wiki/%C4%8CT\\_%3A%20D](https://cs.wikipedia.org/wiki/%C4%8CT_%3A%20D)

### **Legislativní dokumenty**

- 1) ČESKO. Zákon č. 151/2000 Sb. o telekomunikacích. In Sbíрка zákonů, Česká republika. 2000. [cit. 2010-6-13], částka 47. Dostupné z WWW: <https://aplikace.mvcr.cz/sbirka-zakonu/ViewFile.aspx?type=c&id=3435>
- 2) ČESKO. Zákon č. 468/1991 Sb. o provozování rozhlasového a televizního vysílání. In Sbíрка zákonů, Česká republika. 1991. [cit. 1991-11-22], částka 91. Dostupné z WWW: <http://aplikace.mvcr.cz/sbirka-zakonu/ViewFile.aspx?type=c&id=2503>
- 3) ČESKO. Zákon č. 40/1995 Sb. o regulaci reklamy a o změně a doplnění zákona č. 468/1991 Sb., o provozování rozhlasového a televizního vysílání. In Sbíрка zákonů, Česká republika. 1995. [cit. 1995-03-14], částka 8. Dostupné z WWW: <http://aplikace.mvcr.cz/sbirka-zakonu/ViewFile.aspx?type=c&id=2819>
- 4) ČESKO. Zákon č. 40/1995 Sb. o právech a povinnostech při vydávání periodického tisku a o změně některých dalších zákonů. In Sbíрка zákonů, Česká republika. 1995. [cit. 2000-03-14], částka 17. Dostupné z WWW: <http://aplikace.mvcr.cz/sbirka-zakonu/ViewFile.aspx?type=c&id=3405>



## Seznam příloh

Příloha I:	Vzor dotazníku
Příloha II:	Dělení respondentů dle věku a pohlaví
Příloha III:	Čemu dávají respondenti v TV přednost
Příloha IV:	Dělení respondentů dle času stráveného u televize či počítače (průměrně)
Příloha V:	Jakým vybavením disponuje domácnost respondentů
Příloha VI:	Jak ovlivňují média (PC a TV) vztahy mezi lidmi
Příloha VII:	Trávení volného času
Příloha VIII:	Jaké žánry pořadů jsou nevhodné
Příloha IX:	Otázka sledování pořadů s hvězdičkou
Příloha X:	Kyberšikana

# Přílohy

## Příloha I.

### Vzor dotazníku

#### Zakroužkujte, popř. doplňte:

**1. Jste:**

- a) dívka
- b) chlapec

**2. Jakým vybavením disponuje Vaše domácnost?**

- a) pc nebo tv nebo obojí
- d) nic z výše uvedeného

**3. Ve svém volném čase nejraději děláte: (zakroužkujte nejvýše tři možnosti)**

- a) surfuji na internetu nebo hraji počítačové hry
- b) sleduji tv
- c) poslouchám hudbu
- d) čtu knihu či časopis
- e) jdu ven s kamarády
- f) sportuji
- g) ostatní.....

**4. Nejdůležitější pro Vás je (zakroužkujte nejvýše tři možnosti):**

- a) být fyzicky zdatný (-á)
- b) být hezký (-á)
- c) být zdravý (-á)
- d) mít dobrý vztah k rodičům
- e) mít kamarády
- f) vydělávat hodně peněz
- h) získat vzdělání
- j) činit ostatní lidi šťastné
- k) mít dost času na zábavu

**5. Denně jste na počítači nebo sledujete televizi (průměrně):**

- a) méně než 1 hodinu
- b) 1-2 hodiny
- c) 2-4 hodiny
- d) 4-6 hodin
- e) více než 6 hodin
- f) nesleduji

**6. Na televizi se nejčastěji díváte:**

- a) sám
- b) spíše s matkou
- c) spíše s otcem

- d) s oběma rodiči
- e) se sourozencem (-ci)
- f) s někým jiným, s kým.....

**7. V televizi dáváte přednost (zatrhněte nejvýše tři možnosti):**

- a) pohádce
- b) akčnímu filmu
- c) filmu pro pamětníky
- d) hororu
- e) hudební hitparádě
- f) zpravodajství
- g) přírodopisnému pořadu
- h) sportovnímu přenosu
- i) soutěžnímu pořadu
- j) animovanému seriálu
- k) komedie
- l) něčemu jinému, čemu.....

**8. Jaké žánry pořadů považujete za nevhodné?**

.....

**9. PC a TV pro Vás znamená (zatrhněte nejvýše tři možnosti):**

- a) informace
- b) zábavu
- c) vzrušení
- d) vyplňuje mi volný čas
- e) odreagování
- f) něco jiného, co.....

**10. Jak podle Vašeho názoru ovlivňují média (PC a TV) vztahy mezi lidmi:**

- a) k lepšímu
- b) k horšímu
- c) neovlivňují
- d) nevím

**11. Jsem ve věku:**

- a) 8-10
- b) 11-13
- c) 13-15

**12. Stal(a) jste se někdy terčem kyberšikany, nebo někdo, koho znáte?**

- a) ano, mně osobně
- b) ano, někomu známému
- c) ne, ale slyšel jsem o tom
- d) ne, nikdy jsem se s tím nesetkal

**13. Sledujete televizní pořady s hvězdičkou? (nevhodné pro děti)**

- a) ano
- b) ne

**14. Myslíte, že Vás škola dostatečně informuje o mediích?**

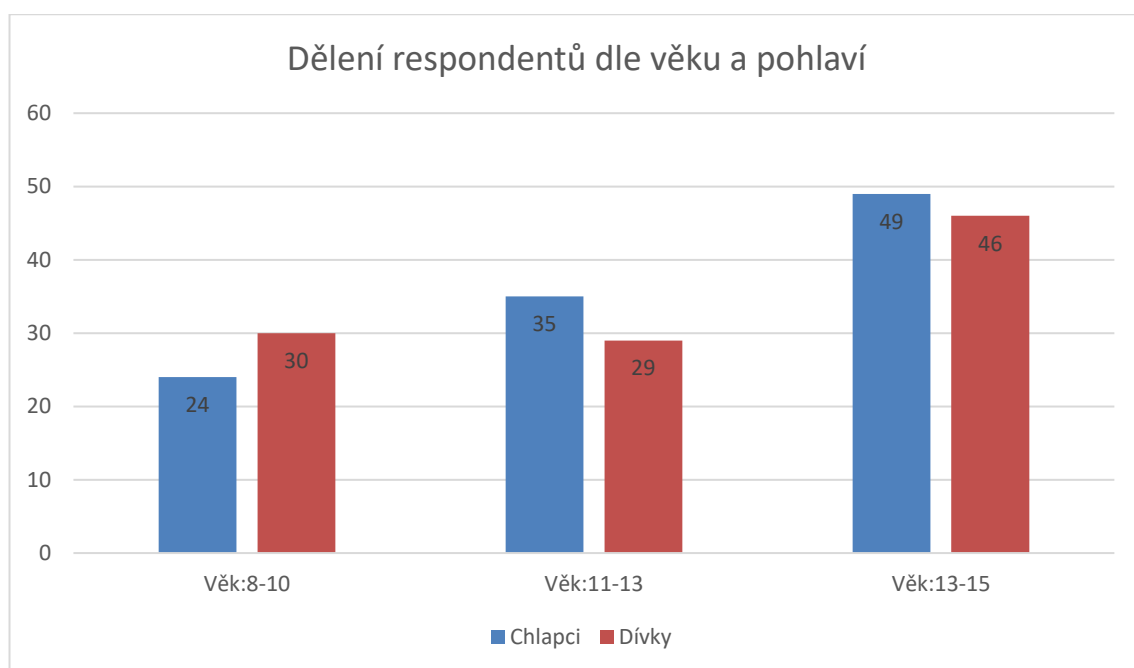
- a) ano, myslím si, že mám přehled
- b) ano, ale pouze okrajově
- c) ne

## Příloha II.

Tab.1: Dělení respondentů dle věku a pohlaví<sup>62</sup>

Pohlaví	Věk	Počet	Procenta
Chlapci	8-10	24	11,268%
Dívky	8-10	30	14,085%
Chlapci	11-13	35	16,432%
Dívky	11-13	29	13,615%
Chlapci	13-15	49	23,005%
Dívky	13-15	46	21,596%

Graf 1: Dělení respondentů dle věku a pohlaví<sup>63</sup>



<sup>62</sup> Vlastní zdroj

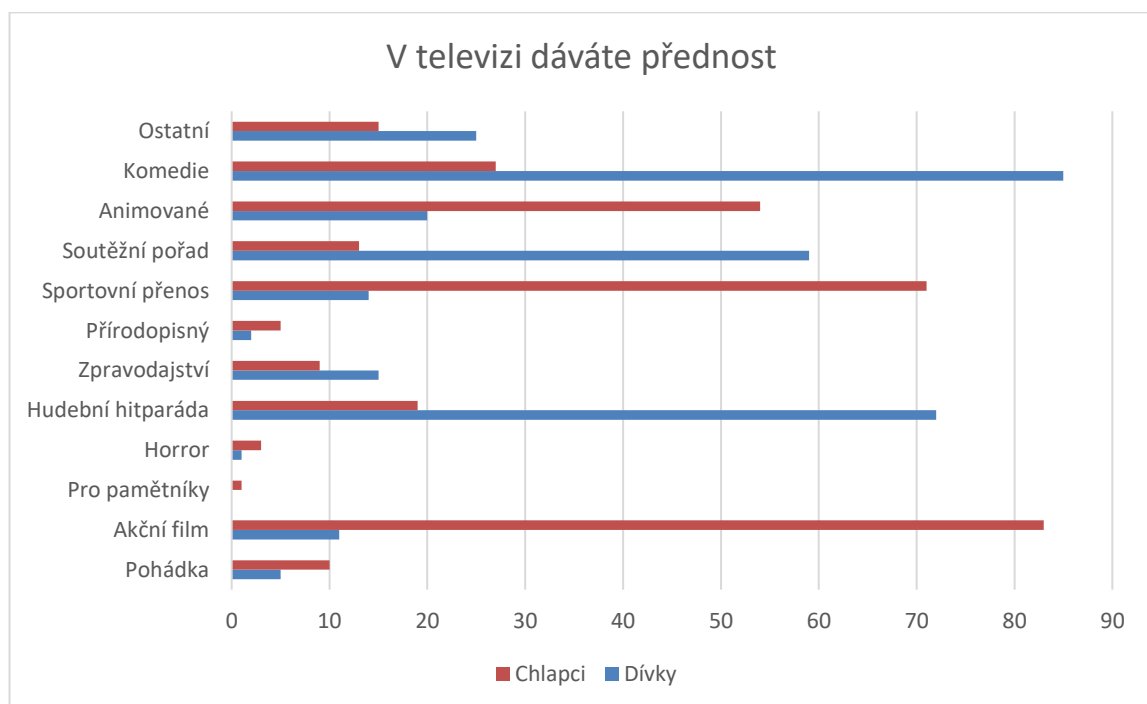
<sup>63</sup> Vlastní zdroj

### Příloha III.

Tab. 2: V televizi dáváte přednost<sup>64</sup>

Žánr pořadu	Dívky	Procenta	Chlapci	Procenta
Pohádka	5	1,6%	10	3,03%
Akční film	11	3,55	83	25,15%
Pro pamětníky	0	0%	1	0,3%
Horror	1	0,32%	3	0,9%
Hudební hitparáda	72	23,1%	19	5,75%
Zpravodajství	15	4,85%	9	2,72%
Přírodopisný	2	0,64%	5	1,52%
Sportovní přenos	14	4,53%	71	21,5%
Soutěžní pořad	59	19,09%	13	3,93%
Animované	20	6,47%	54	16,36%
Komedie	85	27,5%	27	8,18%
Ostatní	25	8,09%	15	4,54%

Graf 2: V televizi dáváte přednost<sup>65</sup>



<sup>64</sup> Vlastní zdroj

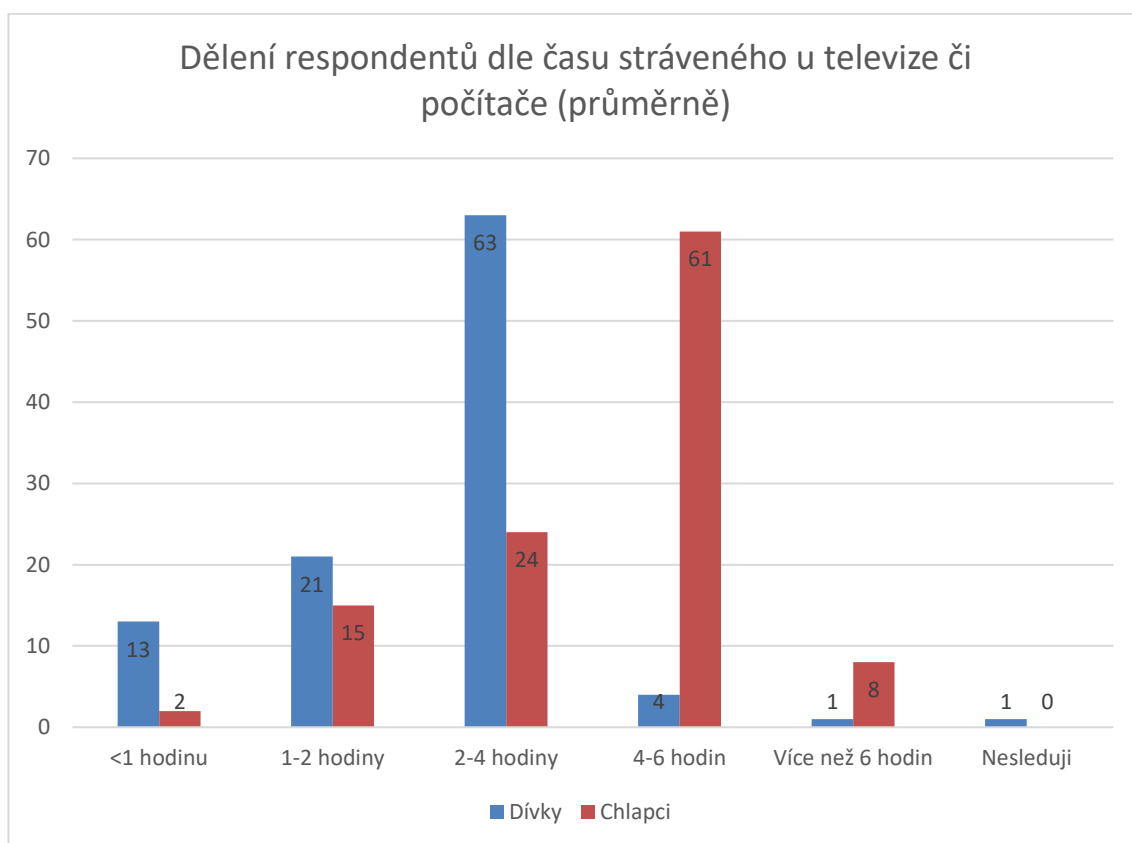
<sup>65</sup> Vlastní zdroj

## Příloha IV.

Tab. 3: Dělení respondentů dle času stráveného u televize či počítače (průměrně)<sup>66</sup>

Čas	Dívky	Procenta	Chlapci	Procenta
<1 hodinu	13	12,62%	2	1,81%
1-2 hodiny	21	20,38%	15	13,63%
2-4 hodiny	63	61,17%	24	21,81%
4-6 hodin	4	3,89%	61	55,45%
Více než 6 hodin	1	0,97%	8	7,27%
Nesledují	1	0,97%	0	0%

Graf 3: Dělení respondentů dle času stráveného u televize či počítače (průměrně)<sup>67</sup>



<sup>66</sup> Vlastní zdroj

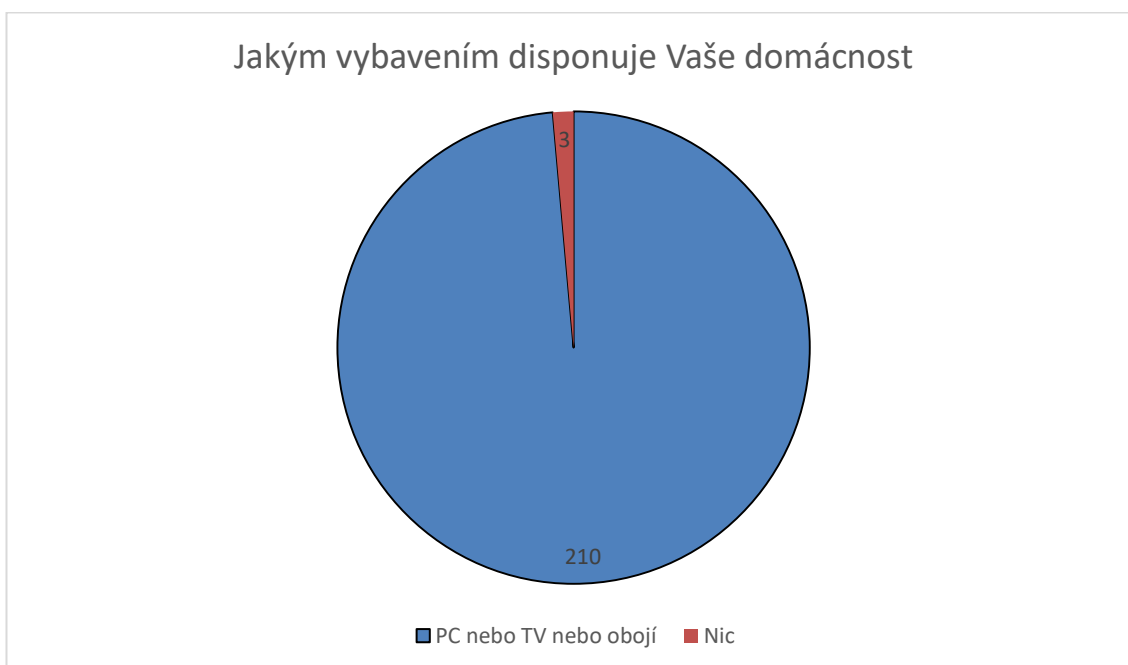
<sup>67</sup> Vlastní zdroj

## Příloha V.

Tab. 4: Jakým vybavením disponuje Vaše domácnost<sup>68</sup>

Vybavení	Počet	Procenta
PC nebo TV nebo obojí	210	98,59%
Nic z výše uvedeného	3	1,41%

Tab. 4: Jakým vybavením disponuje Vaše domácnost<sup>69</sup>



<sup>68</sup> Vlastní zdroj

<sup>69</sup> Vlastní zdroj

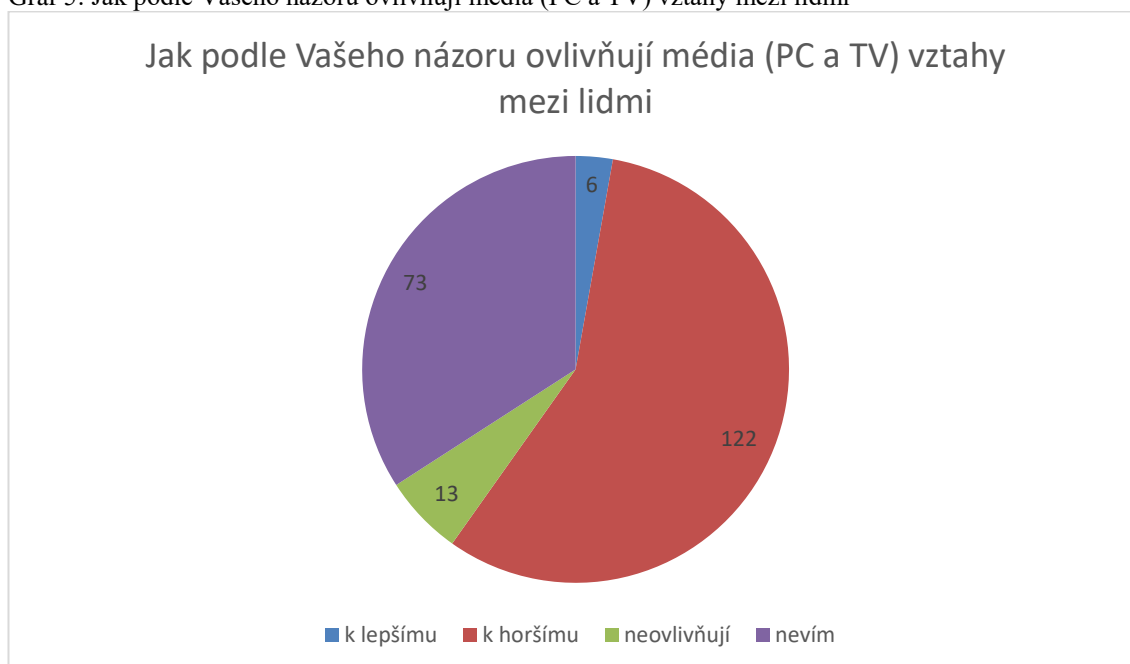


## Příloha VI.

Tab. 5: Jak podle Vašeho názoru ovlivňují média (PC a TV) vztahy mezi lidmi<sup>70</sup>

Jak ovlivňuje	Počet respondentů	Procenta
k lepšímu	6	2,82%
k horšímu	122	57,27%
neovlivňují	13	6,10%
nevím	73	34,27%

Graf 5: Jak podle Vašeho názoru ovlivňují média (PC a TV) vztahy mezi lidmi<sup>71</sup>



<sup>70</sup> Vlastní zdroj

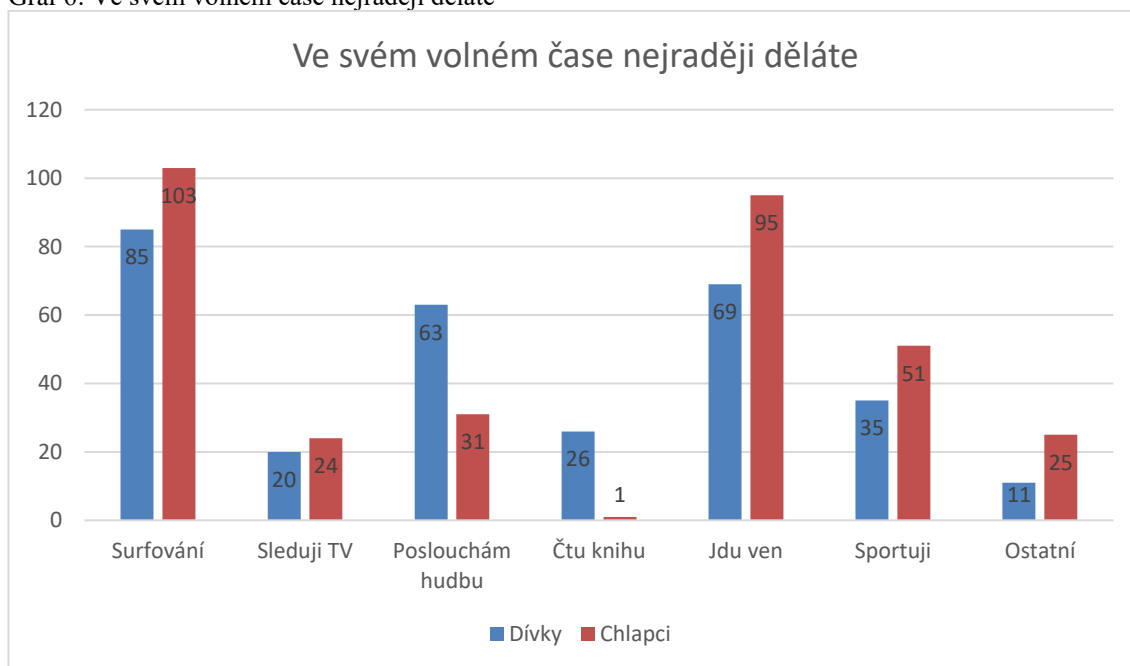
<sup>71</sup> Vlastní zdroj

## Příloha VII.

Tab. 6: Ve svém volném čase nejraději děláte<sup>72</sup>

Volnočasové aktivity	Dívky	Procenta	Chlapci	Procenta
Surfování	85	27,50%	103	31,21%
Sleduji tv	20	6,47%	24	7,28%
Poslouchám hudbu	63	20,38	31	9,40%
Čtu knihu či časopis	26	8,41%	1	0,30%
Jdu ven s kamarády	69	22,33%	95	28,79%
Sportuji	35	11,33%	51	15,45%
Ostatní	11	3,56%	25	7,57%

Graf 6: Ve svém volném čase nejraději děláte<sup>73</sup>



<sup>72</sup> Vlastní zdroj

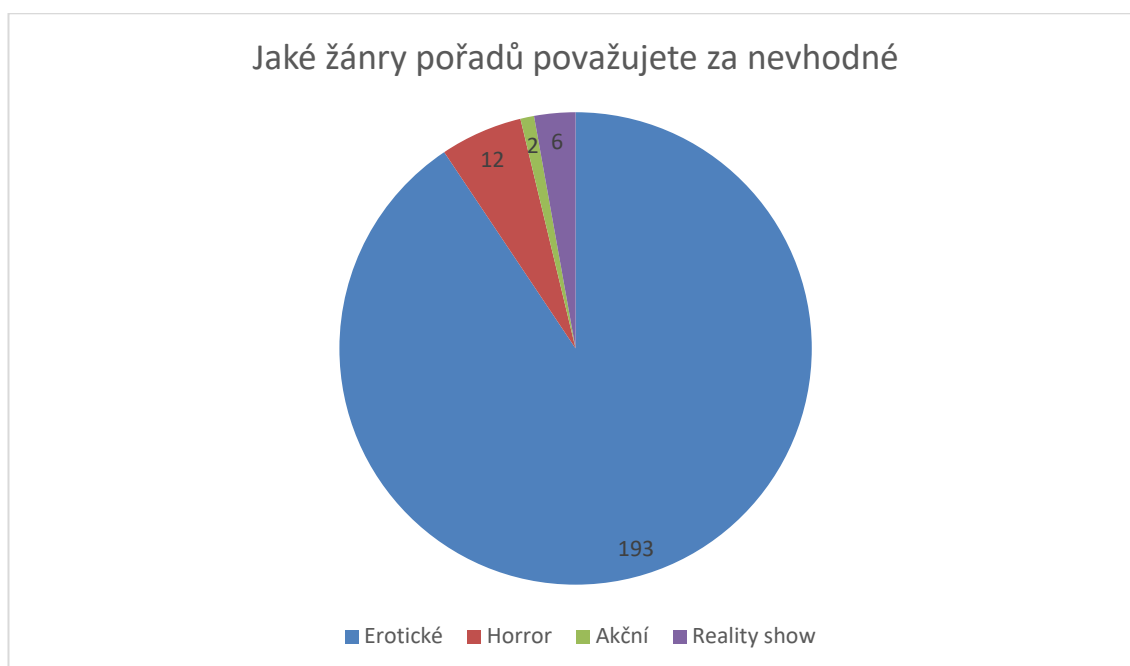
<sup>73</sup> Vlastní zdroj

## Příloha VIII.

Tab. 7: Jaké žánry pořadů považujete za nevhodné<sup>74</sup>

Žánry	Počet respondentů	Procenta
Erotické	193	90,61%
Horror	12	5,63%
Akční	2	0,94%
Reality show	6	2,81%

Graf 7: Jaké žánry pořadů považujete za nevhodné<sup>75</sup>



<sup>74</sup> Vlastní zdroj

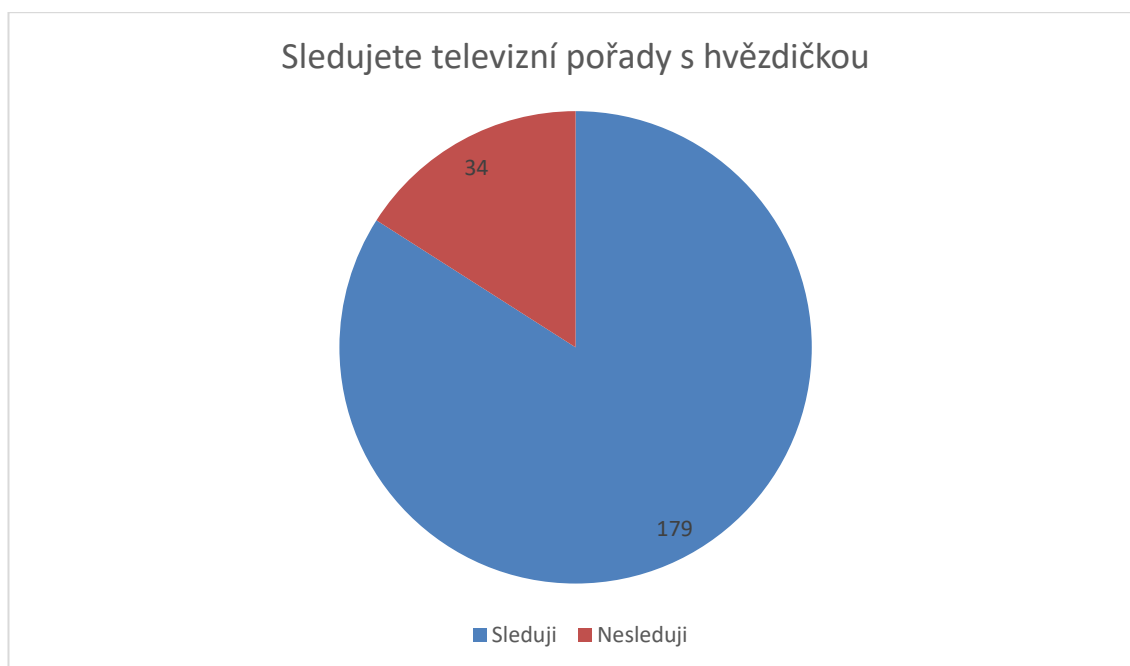
<sup>75</sup> Vlastní zdroj

## Příloha IX.

Tab. 8: Sledujete televizní pořady s hvězdičkou<sup>76</sup>

Pořady s hvězdičkou	Počet respondentů	Procenta
Sleduji	179	84,03%
Nesleduji	34	15,96%

Graf 8: Sledujete televizní pořady s hvězdičkou<sup>77</sup>



<sup>76</sup> Vlastní zdroj

<sup>77</sup> Vlastní zdroj

## Příloha X.

Tab. 9: Stal(a) jste se někdy terčem kyberšikany, nebo někdo, koho znáte<sup>78</sup>

Kyberšikana	Počet respondentů	Procenta
ano, mně osobně	0	0
ano, někomu známému	0	0
ne, ale slyšel jsem o tom	72	33,80%
ne, nikdy jsem se s tím nasetkal	141	66,20%

Graf 9: Stal(a) jste se někdy terčem kyberšikany, nebo někdo, koho znáte<sup>79</sup>



<sup>78</sup> Vlastní zdroj

<sup>79</sup> Vlastní zdroj