

Univerzita Karlova v Praze
Husitská teologická fakulta

Bakalářská práce

2014

Nikola Žánová, DiS.

Univerzita Karlova v Praze
Husitská teologická fakulta

Bakalářská práce

Vliv médií na děti a mládež

**The influence of media on
children and youth**

Vedoucí práce:
doc. PhDr. Petr Sak, CSc.

Autor:
Nikola Žánová, DiS.

2014

Prohlášení

Prohlašuji, že jsem tuto bakalářskou práci s názvem „Vliv médií na děti a mládež“ napsala samostatně a výhradně s použitím citovaných pramenů, literatury a dalších odborných zdrojů a moje práce nebyla využita k získání jiného nebo stejného titulu.

V Praze dne

.....

podpis

Anotace

Bakalářská práce „Vliv médií na děti a mládež“ se zabývá vlivy současných médií na dnešní mládež. Jsou zde představena nejpoužívanější média a jejich funkce. Další kapitoly se zabývají negativními vlivy médií na mládež. Je zmíněna reklama, vliv a moc médií. Praktickou část tvoří dotazník. Je určen dětem na základní škole na druhém stupni.

Annotation

This bachelor's thesis „Influence of media on children and youth“ deals with influences of contemporary media on youth. Media are defined and introduced each type and its function. Following chapters deal with negative influences of media on youth. There is mentioned advertising influence and power of the media. The practical part consists of a questionnaire. It is designed for children in elementary school in the second grade.

Klíčová slova

Média, děti, mládež, elektronická média, vliv médií, internet, televize.

Keywords

Media, children, youth, electronic media, influence of media, internet, television.

Obsah

Úvod	7
1. Co jsou to média/médium.....	9
2. Dělení médií.....	10
3. Funkce elektronických médií.....	11
4. Reklama, teleshopping, sponzoring.....	12
4. 1 Škodlivé pořady	12
5. Negativismus médií.....	13
5. 1 Cílené ovlivňování vědomí i podvědomí	13
6. Vliv a moc médií.....	15
6. 1 Vliv elektronických médií.....	16
6. 2 Vliv násilí na děti a mládež.....	18
7. Internet	20
7. 1 Funkce internetu.....	21
7. 1. 1 Informace dostupné na internetu	21
7. 1. 2 Dálkově provozované služby prostřednictvím internetu.....	21
7. 1. 3 E-learning	22
7. 2 Rizika a nežádoucí aktivity na internetu	22
7. 2. 1 Pornografie.....	23
7. 3 Závislost na internetu	23
7. 4 Fenomén Facebook	24
8. Televize	26
8. 1 Hledisko vývoje psychologie u televize.....	28
8. 2 Psychologické důsledky klasické televize	29
9. Možnosti kontroly, regulace a prevence	30
10. Mediální výchova	33
10. 1 Zásady mediální výchovy v rodině	34
11. Praktická část.....	35
11. 1 Cíl výzkumu	35
11. 2 Výzkumná metoda	35
11. 3 Formulace hypotéz	35
11. 4 Charakteristika výzkumného vzorku.....	35
11. 5 Postup výzkumu	36

11. 6 Analýza dat a interpretace výsledků	36
Závěr	58
Resumé	60
Summary	60
Literatura	61
Internetové zdroje	61
Seznam příloh	63

Seznam zkratek

ARPANET - Advanced Research Projects Agency Network

CESNET - Czech Education and Scientific NETWORK

NCP - NetWare Core Protocol

TCP/IP - Transmission Control Protocol/Internet Protocol

Úvod

Vliv médií na dnešní mladou generaci je veliký. Televize, internet, mobilní telefon, rádio či počítač jsou v současné době součástí trávení volného času nejen dětí a mládeže.

Snad každý člověk je ovlivněn mediálními prostředky. Týká se to každého z nás tedy i mě a proto jsem si toto téma zvolila pro svou bakalářskou práci.

Dnešní svět je zahlcen médii. Dospělý jedinec si dokáže udržet jakýsi odstup, ale jak se s tím mají vypořádat děti, které si teprve vytvářejí názory, získávají znalosti a zkušenosti?

Doba je uspěchaná a rodiče na své děti nemají čas. Nemohou tedy dostatečně plnit svou výchovnou funkci. Děti tráví sledováním televize mnoho času a to vede k řadě negativních dopadů. Vznikají tzv. televizní děti – tj. děti trpící nízkou koncentrovaností, nedostatečnou slovní zásobou a špatnou vyjadřovací schopností. Podle výzkumu, prováděném v USA děti stráví s médii více než deset hodin denně. Tento údaj zahrnuje čas, kdy děti sledují televizi, sedí u internetu nebo videoher, komunikují prostřednictvím mobilních telefonů či poslouchají hudbu. Dnes již běžně v dětských pokojíčkách najdeme televizi, rádio, počítač s připojením na internet nebo herní konzole.¹

Děti si už nehrají venku na ulici s kamarády, ale hrají online hry přes počítač nebo komunikují prostřednictvím sociálních sítí, dnes nejvíce využívaným Facebookem, bez ohledu na to, že je jejich věk v rozporu s pravidly užívání této sociální sítě. Děti nemají dostatek pohybu a s tím souvisí i zdravotní problémy. Narůstá počet obézních dětí. Fakulta tělesné výchovy a sportu Karlovy univerzity v Praze v letech 1997 – 2004 prováděla studii mezi dětmi ve věku 6 – 14 let, která prokázala souvislost mezi snížením pohybových aktivit a nárůstem počtu dětí s nadváhou. Navíc odhalila alarmující pokles doby strávené pohybem. Děti by měly věnovat sportu nebo pohybu asi 7 hodin týdně.

Tato mladá generace bude mít jednou problémy i ve vztazích, jelikož nebude umět komunikovat tváří v tvář, nerozezná v běžné komunikaci ironii a bude si hůře rozumět. Většina psychologů se shoduje na tom, že mimikou, gesty, intonací a řečí celého těla sdělujeme mnohem více než slovy. Pouze dvacet procent z celkové komunikace je vyhrazeno slovům a až osmdesát procent komunikace tvoří nonverbální signály. A to vše se prostřednictvím obrazovky naučit nedá.

¹ Viz Příloha č. 1: Vybavenost dětských pokojíčků.

Podle EU Kids Online sítí financováno programem Evropské komise „Bezpečnější internet“ jsou české děti nadprůměrnými uživateli internetu z hlediska frekvence i znalostí, což je vystavuje vyššímu riziku, ale současně se dá říci, že těží z pozitivních možností, které jim internet přináší.

Bakalářská práce je rozdělena na dvě části, teoretickou a praktickou část. Teoretická část má následující strukturu. V první kapitole se zaměřuji na charakteristiku médií. Blíže popisuji vznik a funkce elektronických médií. Dále se zabývám vlivem elektronických médií a vlivem násilí na děti a mládež. Podrobněji se zabývám internetem a televizí. Na závěr popisuji možnosti kontroly, regulace a prevence a zmiňuji mediální výchovu.

V praktické části navazuji na předchozí kapitoly dotazníkem, ve kterém mě zajímalo, jak jsou děti médii ovlivněny a jaké médium je u nich nejoblíbenějším. Získala jsem odpovědi na otázky, kolik času tráví děti u jednotlivých médií a jaké jsou rozdíly mezi dívkami a chlapci. Za cílovou skupinu jsem si zvolila žáky z druhého stupně základní školy.

1. Co jsou to média/médium

Médium – z latinského prostředek, to co zprostředkovává. Termín médium se používá jako souhrnné označení technických prostředků a sociálních systémů sloužících hromadné komunikaci. McLuhan píše o médiu jako o poselství, samo médium je sdělení.

Ze začátku média představovala kresbu, kámen, hliněné tabulky, papyrus a papír. Na to navázal vývoj řeči. Řeč ve své knize popisuje Sak takto: „*Svým způsobem je řeč základním médiem, které umožňuje člověku předávat obsahy své mysli, prožitky, city, výsledky svého myšlení, ale i metodiku různých činností*“.²

Pak následoval vývoj novin, časopisů a knih. Tištěná kniha stojí na počátku dějin moderních médií. Sehrála neodmyslitelnou úlohu v proměně společnosti.

Noviny byly mnohem větší inovací než tištěná kniha. Jejich zvláštnost tkvěla v jejich individualismu a orientaci na realitu.

Později v souvislosti s objevem elektřiny přicházel telegraf, telefon, film, rozhlas a televize. V současnosti je společnost spjatá s počítačem, internetem a digitalizací.

Média vytvářejí virtuální realitu, určenou pouze k pobavení publika. Mají učinit chudé šťastnými a veselými, nebo naopak sebrat všem i zbytek poslední naděje.

Často se v tisku objevují pojmy masová média nebo masová komunikace. Pod pojmem masová komunikace si můžeme představit zejména noviny, televize a rozhlas. Jsou to organizované postupy a technologie umožňující masovou komunikaci. Lze je využít pro individuální, soukromé či organizační účely. Jsou závislá na společnosti, zvláště na institucích, jež představují a vykonávají politickou a ekonomickou moc.

Termín „masová komunikace“ vznikl koncem třicátých let tohoto století. Je dobrovolná a obvykle ji formuje kultura a nároky. „*Masová komunikace zahrnuje instituce a postupy, jimiž specializované skupiny využívají technické prostředky pro šíření symbolického obsahu směrem k rozsáhlému, nesourodému a široce rozptýlenému publiku*“.³ Masová komunikace je zaměřená na masu. „*Masy jsou lidé, kteří se stali hromadně manipulovatelnými, a to právě prostřednictvím masových médií*“.⁴ Tištěné slovo vytvořilo veřejnost. Veřejnost se skládá z oddělených jedinců s vlastními hledisky. Elektrický obvod

² SAK, Petr. *Člověk a vzdělání v informační společnosti*. Vyd. 1. Praha: PORTÁL, 2007, s. 21.

³ McQUAIL, Denis. *Úvod do teorie masové komunikace*. 1. vydání. Praha: PORTÁL, 1999, s. 31.

⁴ BLAŽEK, BOHUSLAV. *Tváří v tvář obrazovce*. 1. vydání. Praha: Sociologické nakladatelství., 1995, s. 126.

nevytváří veřejnost. Vytváří masu. Masa se neskládá z oddělených jedinců, ale z jedinců, kteří jsou vzájemně hluboce propojeni. „*Masové obecnství není veřejností – prostředím, nýbrž veřejností – obsahem nového elektrického prostředí*“.⁵

2. Dělení médií

Podle Musila dělíme média na tisková a elektronická. Tisková média zahrnují noviny, knihy, časopisy. Tisková média jsou v současnosti vydávána i elektronicky.

Mezi elektronická média patří rozhlasové a televizní vysílání, internet, telefon, videozáznam (CD, DVD a pásková kazeta) a další způsoby sdělování.

McLuhan rozděluje média na horká a chladná. Horkým médiem je film, rozhlas nebo reklama a chladným médiem telefon nebo televize. „*Horké médium je extenzí jediného smyslu pomocí „vysoké definice“. Vysoká definice je stav naplněnosti daty. Telefon je chladné nízkodefiniční médium, protože ucho dostává jen skrovné množství informací. A řeč je chladné médium, protože posluchač toho dostává tak málo a tolik toho musí doplnit*“.⁶ Horké médium v zásadě odlučuje a studené médium slučuje. Horká média vyžadují jen nízkou participaci neboli doplnění, chladná média naopak participaci vysokou.

Rozvoj elektronických médií omezil význam tisku, aniž by se potvrdil předpoklad, že zvuk a obraz vytlačí tištěné slovo. Otázka vlivu a moci médií získává nový rozměr, kdy se mezi tradičně elektronické hromadné sdělovací prostředky zařadil internet.

⁵ McLUHAN, Herbert Marshall. *Člověk, média a elektronická kultura: Výbor z díla*. 1. vyd. Brno: Jota, 2000, s. 332.

⁶ McLUHAN, Marshall. *Jak rozumět médiím: extenze člověka*. 2., rev. vyd. Překlad Miloš Calda. Praha: MLADÁ FRONTA, 2011, s. 36.

3. Funkce elektronických médií

V elektronických médiích je možné na základě obsahu a někdy i žánrových znaků rozlišit:

- informační funkce: zprávy, komentáře
- zábavné funkce: hudba, hudební a filmové klipy, sportovní přenosy, humor
- reklamu: nejčastěji v oblasti nákupu spotřeby konkrétně definovaného zboží či služby.

Někdy uváděné další funkce médií: výchova publika, vzdělávání, různé působení sociální či politické.

Média ve vztahu k výchově mají jediný relevantní závazek – „*nezařazovat do vysílání pořady, které mohou vážně narušit, fyzický, psychický nebo mravní vývoj dětí a mladistvých*“.⁷

Na straně druhé má nepřímý vliv na vědomí a jednání lidí každý pořad, včetně zábavy pak každá smysluplná informace.

V pořadech pro děti a mládež podobně jako v dětské literatuře a tisku pro děti a mládež je přijatelná vyšší míra výchovných prvků.

Elektronická média, zejména televize jsou největšími baviči současnosti, daleko více je zábava zastoupena v rozhlasovém vysílání než v televizi. „*Hudba obecně je v České republice nejčastějším důvodem k zapínání rozhlasového přijímače*“.⁸

⁷ MUSIL, Josef. *Elektronická média v informační společnosti*. Praha: VOTOBIA, 2003, s. 54.

⁸ MUSIL, Josef. *Elektronická média v informační společnosti*. Praha: VOTOBIA, 2003, s. 61.

4. Reklama, teleshopping, sponzoring

Reklama – náleží k hromadným sdělovacím prostředkům. U komerčních médií představuje jediný zdroj financování.

Podle Vysekalové si část lidí zřejmě vůbec neuvědomuje, že nakupuje kvůli reklamě, protože mnoho impulzů na ně působí podvědomě a část si to navíc ani nikdy nepřipustí. Účinky reklamy připouštějí mnohem více ženy. Diváci chápou reklamu spíše jako nutné zlo.

Politická reklama označována jako propaganda, nabízí politický postoj ke konkrétní záležitosti či situaci.

Teleshopping – pořady zaměřené na přímý prodej konkrétního zboží či služeb.

Sponzoring - klasický komerční prvek vysílání. Sponzorování je veřejností vnímáno příznivěji než reklama, zejména proto, že neobtěžuje během pořadu. Existují názory, že sponzoring je nejčistší formou podpory u vzdělávacích a kulturních pořadů.

4. 1 Škodlivé pořady

„Hranice mezi bulvárem a přijatelnou zábavou či informací je věcí individuálního vkusu“.⁹

Za nejtypičtější náměty bulvárních magazínů se pokládají senzace ze světa celebrit. Zájem o tento typ informací vedl ke vzniku reportérského stylu „paparazzi“.

Honba za senzacemi přináší do médií i pořady urážející nejen vkus, ale i lidskou důstojnost např. obrazy zvířecího nebo lidského utrpení.

Ačkoliv nelze ve většině případů na rozdíl od násilí prokázat přímé škodlivé působení těchto typů pořadů, společnost jejich výskyt formálně či neformálně reguluje.

⁹ MUSIL, Josef. *Elektronická média v informační společnosti*. Praha: VOTOBIA, 2003, s. 81.

5. Negativismus médií

Ve zpravodajství médií obecně, u televize obzvláště, lze pozorovat tendenci k převaze negativních zpráv. Negativní charakter mají i vyhledávané senzace. To vede k vysokému zastoupení násilných činů ve zpravodajských relacích. Zpravodajství plné zločinu vytváří falešný obraz nebezpečného a stále nebezpečnějšího světa, a to i v situaci, kdy míra zločinnosti ve skutečnosti klesá.

Negativismus bývá novináři hájen – pod názvem kritičnost. Násilné činy ve zpravodajství jsou také hájeny jejich pravdivostí: je to součást životní reality. Zjednodušeně lze negativismus médií popsat jako přehnané uplatňování zásady „pozitivní zpráva = nezajímavá zpráva“.

Média zpravidla referují o neodborně vybraných zajímavostech většinou s unáhlenými závěry. Neustálým a často přehnaným nebo dokonce nepravdivým informováním o údajích hrozících katastrofám, vytvářejí riziko, že otupělá veřejnost nebude vnímat upozornění na skutečná rizika.

5.1 Cílené ovlivňování vědomí i podvědomí

Cílené ovlivňování vědomí i podvědomí zahrnuje:

- **informační a desinformační funkce**, tj. ovlivnění vědomí na operacionální úrovni. Je řada situací, kdy je zkreslení reality ve zpravodajství přímo „naprogramováno“.
- **indoktrinační funkce**, tj. ovlivnění obecných názorů, postojů a hodnotových stupnic.

Při posuzování činností médií je třeba mít na paměti, že v konkrétním případě nemusí být možné správně odhadnout např. důsledek jediné desinformace. „*Desinformace a stejně tak i chybná zpráva se velmi obtížně napravují*“.¹⁰ Daleko více práce dá vyvrátit lži, chyby nebo omyly než je prostě vyplivat na papír.

Specifickým typem vnášení obsahů do vědomí za účelem manipulace je využití podprahových podnětů, jejichž vjem si recipient nemůže uvědomit. U sluchových vjemů jde

¹⁰ MUSIL, Josef. *Elektronická média v informační společnosti*. Praha: VOTOBIA, 2003, s. 75.

o zvuky těsně pod hranicí slyšitelnosti. V televizi se vkládají do obrazu obrazová políčka v počtu, kdy nestačí na vědomé pozorování. Ty zůstávají uloženy v podvědomí.

Násilí na obrazovce je problémem, který má přímé dopady především na děti a mládež. Problémy přináší i pornografie a erotické pořady.

6. Vliv a moc médií

Jsou média mocná nebo naopak bezmocná? Moc médií závisí na ochotě posluchačů a čtenářů vnímat. Kde není zvykem naslouchat, jsou média slabá. „*Čím více média chybují, lžou, překrucují, čím jsou „mocnější“, tím méně je důvěry mezi lidmi*“.¹¹ Moc médií je závislá na vlastní poctivosti a na ochotě veřejnosti jejich informace brát. Média mají moc vnutit našemu vnímání své vlastní premisy. Média vždy vytvářela parametry a rámce cílům, jež si stanovil západní svět. McLuhan tvrdí, že všechna média mají na člověka a společnost závažný vliv, bez ohledu na poselství, které přinášejí. Prehistorický člověk existoval v harmonické rovnováze smyslů a svět vnímal vyváženě sluchem, čichem, hmatem, zrakem a chutí. Technologické novinky ale rozšiřují lidské schopnosti a smysly, čímž mění senzoricke rovnováhu. Tato změna zpětně neúprosně proměňuje společnost, jež onu technologii vytvořila. Podle McLuhana existují tři základní technologické novinky: fonetická abeceda, zavedení ručního písma v polygrafii a vynález telegrafu v roce 1884.

S rozhodováním je vždy spojena moc. Mít moc tedy znamená rozhodovat o osudech jiných lidí. Mít vliv je pouze jedním z faktorů, které na rozhodování působí. „*Média totiž fungují za prvé jako objekt, a tedy nástroj moci a vlivu někoho jiného, za druhé jako subjekt, tedy šířitel zájmů vlastních*“.¹² Moc médií je v současné době velice zřetelná, kdo se neobjevuje v médiích jako by byl „mrtvý“. Díky médiím je nezpěvák považován za zpěváka. Média by měla být objektivní, nestranná, stát mimo politickou moc a nenechat se ovládat kapitálem.

Blažek ve své knize popisuje skrytou moc médií spočívající v tom, že nepozorovaně přetváří naše prostorové a časové chování, naše nepsané normy komunikace a jednání vůbec a v posledku naše vnímání i myšlení, naše děsy i naděje. Mezi nejmocnější média patří televize. Je tak mocná, že by mohla vládnout a v jistém smyslu to i dělá. „*To televize nás denně znovu učí, že moc jsou především násilí a peníze*“.¹³ Učí nás, jak to v životě chodí.

¹¹ SBORNÍK. *Média a moc*. Praha: VOTOBIA, 2000, s. 20.

¹² SBORNÍK. *Média a moc*. Praha: VOTOBIA, 2000, s. 47.

¹³ SBORNÍK. *Média a moc*. Praha: VOTOBIA, 2000, s. 107.

6. 1 Vliv elektronických médií

Děti a zejména mládež představují velmi důležitou cílovou skupinu, mediální reklamy, jednak jako spotřebitele svého specifického trhu, jednak s ohledem na možnost vtištění jistých vzorců chování, které se zhodnotí v okamžiku vstupu mladého diváka mezi ekonomicky aktivní vrstvy. Při hodnocení vlivu médií je třeba vycházet z toho, že napodobování, je psychologickým základem učení a zejména předškolní děti jsou v tomto směru vysoce disponovány.

K významné skupině posluchačů rozhlasu patří zejména děti a mládež. Mladé generaci rovněž dobře vyhovuje role rádia jako zvukové kulisy.

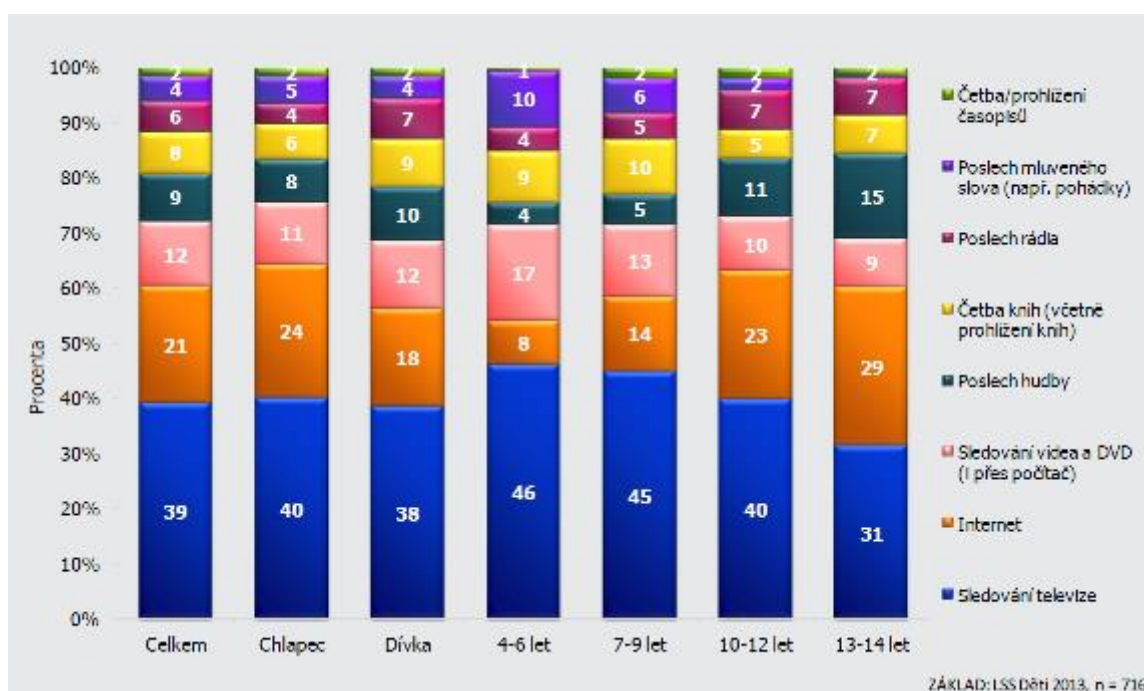
Děti jsou i významnou diváckou skupinou pro televizi, neboť právě k televizi je zvykem děti odkládat. Jinou alternativu stále častěji představuje počítač, konkrétně počítačové hry nebo internet. To s sebou přináší nejen zdravotní rizika ale ještě větší psychologická a výchovná.

Televize v současnosti patří neodmyslitelně k životnímu stylu. *„Pokud dítě nemá vůbec možnost sledovat televizi, je to pro jeho vývoj nebezpečné, protože mu chybí vědomost a zkušenost“*.¹⁴

Podle výzkumu LSS - Životní styl a mediální chování dětí, který na vzorku 716 dětí realizovala agentura Mediaresearch je televize stále nejoblíbenějším médiem u dětí. Výzkum se týkal dětských diváků ve věku 4 až 14 let. Oblíbenost jednotlivých médií u dětí zobrazuje následující graf.

¹⁴ MUSIL, Josef. *Elektronická média v informační společnosti*. Praha: VOTOBIA, 2003, s. 99.

Obliba médií u dětí



Zdroj: LSS Děti 2013, ATO-Mediaresearch.

V dětském kolektivu se vedou debaty o televizních pořadech, a pokud dítě nemá možnost se zapojit, hrozí mu pocit méněcennosti. „*I malé děti a tím spíše školáci u vhodně vybraného televizního příběhu relaxují a odreačovávají si stresy*“.¹⁵ Naopak zcela nové věci mohou přinést další psychickou zátěž.

I u adolescentů zůstávají televizní pořady frekventovanými tématy rozhovorů, video a počítačové hry pak i naplní společně tráveného volného času.

Nemůžeme zapomenout na reklamu, prostřednictvím níž můžeme dokumentovat vliv televize na děti. Suchý ve své knize popisuje případ německých dětí, které ve škole namalovaly krávy modré či fialové, protože jinou krávu než televizní Milku neviděly. Reklamní průmysl se snaží vytvořit v dětském věku vazby na určité značky zboží pro dospělé prostřednictvím aut nebo potravin. Na děti se tak z obrazovek kromě násilí valí nepřehledné množství informací, které není schopno zpracovat a zvládnout. Vliv médií není přímý. Ačkoli reklama násilí sama nezobrazuje, může k němu inspirovat.

Hodnocení obecného vlivu televize na psychiku mladistvých vychází z faktu, že působení jakékoliv informace je tím silnější, čím méně předchozích znalostí a zkušeností je

¹⁵ MUSIL, Josef. *Elektronická média v informační společnosti*. Praha: VOTOBIA, 2003, s. 99.

k dispozici pro kritické zhodnocení zprávy v rovině operacionální a čím méně jsou ustálené hodnotové a morální postoje. Oba faktory vedou k vyššímu ohrožení dětí a mládeže. Z jednotlivých příčin vstupuje do popředí zejména:

- dětská zvědavost a vnímavost
- nepřipravenost dětské psychiky
- podstatně snížená schopnost dítěte odlišit zobrazení od reality a vytvořit si tak odstup od děje
- návodovost zobrazeného násilí, pornografie a také suicidity
- hlubší a trvalejší vtištění až do polohy trvalých vzorů jednání: pracovníci s mládeží a dětské lékaři často vyslovují na dětské násilí a krutosti se podílí násilí a brutalita v televizi a dalších médiích, jež vede k neschopnosti rozlišit fikci od reality. Závažnost problému televizního násilí stojí za samostatné pojednání.

Média mohou ovlivnit i rozvoj řeči, schopnost pozornosti (doprovázená hyperaktivitou), kvůli spánku a koncentraci dítěte ve škole. Předškolní děti se špatně koncentrují na hraní, když v místnosti běží jako pozadí televize. To může dokonce poškodit jejich vývoj. Dlouhodobé sledování TV programů může poškodit schopnost dětí učit se.

6. 2 Vliv násilí na děti a mládež

Problém mediálního násilí byl exponován na přelomu 80. a 90. let v anglosaských zemích. V České republice dosáhla diskuse větších rozměrů po r. 1997. Centrální otázkou je, zda a jaký vliv má zobrazování násilných činů v televizních pořadech a zpravodajství a reportáží přes filmy až ke kresleným seriálům. Důležitost je třeba věnovat i zobrazování reálného násilí ve zpravodajských relacích.

Důsledky sledování násilí v médiích mohou vést ke ztrátě citlivosti k následkům násilí. U části diváků vzniká představa že násilí má úspěch u jiné části narůstají obavy z napadení. V obou případech může vzrůstat násilné chování diváků. „*Návyk násilí může vést k tomu, že je děti budou považovat za normální a neškodné*“.¹⁶

¹⁶ BLAŽEK, BOHUSLAV. *Tváří v tvář obrazovce*. 1. vydání. Praha: Sociologické nakladatelství., 1995, s. 154.

Mechanismy působící na část dětí a mládeže jsou následující:

- méně je na obrazovkách násilí ve prospěch dobré věci
- často pozorované násilí a tragédie zevšední a stane se postupně normou.

Studie se shodují v názoru, že na zločinnosti mladistvých se vedle biologických vlivů a výchovy podílí i vliv televizního násilí. Na probíhající diskuse i na legislativní vývoj má vliv i celosvětově pozorovaný nárůst kriminality dětí a mládeže a zejména stále častější případy násilí přímo ve školách.

Průzkum agentury Fokus ukázal, že za typické pořady nevhodné pro děti pod 15 let jsou považovány *Želvy Ninja*, *Simpsonovi*, *Tom a Jerry*, *Profesionálové*, *Chobotnice*, *Terminátor*, *Rambo*, *Robocop* a *Akta X*.

Rodiče mají povinnost děti vychovávat a děti mají právo na rodičovskou výchovu. Je na rodičích jaké programy vyberou pro malé děti. *„Skutečným pokrokem a řešením podstatné části problému je zavedení informačního značení, které jednoduchým způsobem uvádí, jak velké a jakého druhu je riziko daného pořadu“*.¹⁷

Veškerá rizika spojená se sledováním televize shrnula Americká pediatrická akademie do jednoznačného pokynu: „Pediatri by měli doporučovat rodičům, aby nenechávali své děti sledovat televizi více než 1 – 2 hodiny denně“.

Díky satelitům se stává problém televizního násilí mezinárodním.

¹⁷ MUSIL, Josef. *Elektronická média v informační společnosti*. Praha: VOTOBIA, 2003, s. 108.

7. Internet

V roce 1969 byla do provozu uvedena experimentální síť ARPANET, je považována za předchůdce internetu. K prvnímu přenosu došlo na konci října 1969. V roce 1983 se oficiálně přešlo od protokolu NCP (Protokol jádra NetWare, řídí tok dat pro dosažení nejvyšší účinnosti) sadě protokolů TCP/IP (primární přenosový protokol/protokol síťové vrstvy), což umožnilo propojit různé počítačové sítě. Od roku 1992 odstartovala služba World Wide Web (zkráceně www). Právě existence www spolu s masovým rozšířením osobních počítačů přilákala na internet miliony nových uživatelů, a tím začal být internet zajímavý i pro podnikatele. Česká a Slovenská Federativní Republika se k internetu připojila v listopadu 1991. Internet byl nejdříve dostupný v Praze na ČVUT. V roce 1992 byl založen CESNET (celostátní e-infrastruktura České republiky pro vědu výzkum, vývoj a vzdělávání), který měl za úkol vybudovat u nás páteřní počítačovou síť pro akademická centra. V listopadu byly pevnou linkou propojeny Praha a Brno, koncem března 1993 bylo připojeno již 9 měst.

Technickým základem internetu je předávání multimediálních informací mezi počítači. Podstatou funkce tohoto zatím nejvyspělejšího komunikačního nástroje je ovšem organizační řešení nikoliv technika založená na myšlence celosvětové volně vytvářené sítě bez centra. Internet je tedy nepřeborný zdroj informací dostupných uživatelům. Nabízí mnoho adres obsahujících materiály od osobních stránek, obrazových galerií, přes specializované informační stránky až po literární tvorbu. Internet se šíří 3x rychleji než dříve televize a 10x rychleji než předtím rozhlas. Internet se také velmi často nazývá „net“ nebo také „sít“. Doma můžeme pro připojení k internetu používat telefonní linku, mobilního operátora, kabelovou televizi nebo některé z bezdrátových připojení jako je WiFi.

Internet tvoří nedílnou součást téměř každé domácnosti, bez něhož si dnešní mladá generace nedovede běžný den ani představit. V r. 2013 mělo 92,3% domácností s dětmi počítač a 91,5% domácností s dětmi přístup k internetu.¹⁸ Děti nejvíce využívají internet na e-mail, poslech hudby online, hraní her, vyhledávání informací a kontaktů, stahování a ukládání hudby a obrázků a komunikace přes messenger.¹⁹

¹⁸ Viz Příloha č. 4: Domácnosti s počítačem a č. 5: Domácnosti s připojením k internetu.

¹⁹ Viz Příloha č. 2: Využívání různých internetových služeb.

7. 1 Funkce internetu

Původně byl internet určen pro výměnu informací. V současnosti můžeme říci, že plní shodné funkce jako klasická elektronická média.

Rozdělení internetu podle obsahu funkcí:

- informační funkce zahrnují zprávy, komentáře, internetové noviny a magazíny, ale i encyklopedie, mapy, turistické a dopravní informace jako jsou jízdní řády atd. Důležité jsou i stránky úřadu, institucí, ekonomické výsledky i texty zákonů a jiných norem a předpisů.
- zábavné funkce zahrnují především hudbu, fotografie, hudební a filmové klipy a hlavně počítačové hry.
- komerční funkce vedle reklamy zahrnují i elektronické nákupy. Právě zde se uplatňuje interaktivita jako podstatná vlastnost internetu.
- dálkově provozované služby, zejména elektronická pošta (e-mail) a SMS zprávy, elektronické bankovníctví a vyřizování na účtech.

7. 1. 1 Informace dostupné na internetu

Na internetové síti lze nalézt informace všeho druhu. Současné problémy informačních funkcí internetu jsou nepřehlednost (množství informací) a kvalita informací. Informace na síti zahrnují vedle špičkových vědeckých výsledků také desinformace. Důvěra v internetové informace klesá od r. 2000 i v Evropě.

7. 1. 2 Dálkově provozované služby prostřednictvím internetu

Spadají sem především elektronické komunikace. Nejrozšířenější je e-mailová pošta. Dále sem patří e-learning (dálkové studium prostřednictvím internetu) a elektronické vyřizování na státních úřadech.

7. 1. 3 E-learning

Co si představit pod pojmem „e-learning“: „ *Je to forma on-line nebo off-line výuky, tj. bez přítomnosti učitele. Při on-line výuce jsou výukové podklady na serveru a je možný kontakt s lektorem (tutorem) přes internet v prostředí, které je pro výuku přizpůsobeno, při off-line jsou podklady k dispozici např. na CD. E-learning lze definovat jako využívání nových multimediálních technologií a internetu ke zvýšení kvality učení SE, a to zpřístupňováním zdrojů a služeb stejně jako vzdálené výměny idejí a kolaborace. Je alfou a omegou celoživotního vzdělávání SE* “. ²⁰

E-learning je všeobecně chápán jako jedna z největších možností a předností počítače a internetu. Zkouší se také touto cestou nahradit klasické vzdělávání dětí. Stal se plnohodnotnou součástí vzdělávacího systému. „*E-learning denně používají 2 % a týdně 6 % respondentů* “. ²¹ Zájem o e-learning je závislý na věku a nejvíce vyhovuje mladé generaci.

Mezi výhody elektronického vzdělávání patří: čas, dostupnost a individuální přístup. Do nevýhod můžeme zařadit: ztrátu osobního kontaktu, nedostatek kontroly a lajdáctví.

7. 2 Rizika a nežádoucí aktivity na internetu

Jako každá lidská aktivita je i internet zneužitelný. Musíme rozlišovat obsah internetových stránek, který je následující:

- ilegální obsahy: organizování a šíření terorismu, šíření drog, obchod s bílým masem, pedofilie a ostatní druhy zvláště nebezpečné pornografie, organizační a komunikační prostředek mafie a dalších forem organizovaného zločinu, podvody usnadněné anonymitou, finanční kriminalita a poškozování trhu, praní špinavých peněz, rasismus, porušování autorských práv, šíření počítačových virů.
- škodlivé obsahy: pornografie, pokud není trestným činem, vystupování jménem jiného, mystifikace ohledně autorství, špionáž a hackerství.
- další: porušování soukromí, nevyžádaná reklama, žebráni na internetu zejména v USA.

²⁰ SAK, Petr. *Člověk a vzdělání v informační společnosti*. 1. vydání. Praha: PORTÁL, 2007, s. 149.

²¹ SAK, Petr. *Člověk a vzdělání v informační společnosti*. 1. vydání. Praha: PORTÁL, 2007, s. 147.

Experti se shodují, že lidé riziko internetu a virtuálního světa stále podceňují. Problémy začínají už na základních školách. Počty internetové kriminality rychle rostou. Především dětská prostituce, kyberšikana, či internetové podvody ohrožují dnešní náctileté při komunikaci na internetu.

7. 2. 1 Pornografie

Médiem nejzamořenějším pornografií je internet. Asi 15 % uživatelů internetu se podívá nejméně jednou za měsíc na některou z nejvyhledávanějších stránek tohoto typu. „*Sigmund Freud objevil, že ve společnosti bez sexuálních tabu se snižuje hladina agresivity*“.²²

Česká republika je na čtvrtém místě ze všech zemí, kde jsou děti a dospívající nejvíce vystaveni riziku sledování pornografie na internetu.

Negativní vliv pornografie na psychosociální vývoj dětí má především znečitlivění a to ve vztahu k ženám. Z etických důvodů to nelze experimentálně doložit. „*V podstatě žádný autor zabývající se problematikou pornografie nezpochybňuje její nepříznivý účinek v kontextu vývoje dítěte*“.²³

7. 3 Závislost na internetu

Předmětem závislosti se může stát používání internetu jako takové. Nejčastěji náhodné surfování dále prohlížení erotických stránek, chat a hry. Závislost na internetu je nemoc stejně jako závislost na drogách. „*Rovněž dopady na psychiku a život závislého jsou obdobné: ztráta smyslu pro realitu, anonymita internetu jen zrychluje rozpad sociálních vazeb závislého, projevuje se ztráta norem chování, rozpad rodiny, izolovanost a deprese*“.²⁴ Internet je sice levnější než droga, ale stojí přinejmenším čas. Většinu závislých tvoří mladí lidé. Závislost na internetu bývá provázená psychickými problémy, jako jsou deprese, závislost na tabáku, alkoholu či drogách. Není většinou považována za duševní chorobu, protože tomu brání

²² MUSIL, Josef. *Elektronická média v informační společnosti*. 1. vydání. Praha: VOTOBIA, 2003, s. 112.

²³ SUCHÝ, Adam. *Mediální zlo - mýty a realita: Souvislost mezi sledováním televize a agresivitou u dětí*. 1. vydání. Praha: Triton, 2007, s. 61.

²⁴ MUSIL, Josef. *Elektronická média v informační společnosti*. Praha: VOTOBIA, 2003, s. 178.

nedostatek vědeckých důkazů. Nejhorší je situace v Číně, která trumfla i Spojené státy, kde se odhaduje podíl mládeže závislé na internetu ve velkých městech asi na 7 %.

K závislosti na sociálních sítích dochází, když člověk není spokojen v reálném světě a proto se uchyluje do toho virtuálního. Za rizikové se považuje, když člověk kontroluje svůj profil na Facebooku několikrát za den a má sebevražedné myšlenky. Varující je, když má na sociální síti více kamarádů než těch reálných.

7.4 Fenomén Facebook

Facebook je největším provozovatelem internetové společenské sítě na světě a koncem roku 2013 měl přes 1,2 miliardy uživatelů.

V České republice je na Facebooku asi 4,2 miliony uživatelů, což Česko řadí na 48. místo na světě. Na této sociální síti u nás převažují z 52 % ženy a nejvíce uživatelů ve věkové kategorii v rozmezí 25 – 34 let.

Historie Facebooku sahá do roku 2004. Založil ho student Harvardovy univerzity Mark Zuckerberg se svými dvěma spolužáky. Z původně studentské komunitní sítě je dnes služba pro každého. Od srpna 2006 se do ní může připojit každý starší 13 let. V září 2010 měl světovou premiéru film *The Social Network* o počátcích Facebooku.

Facebook obsahuje velké množství osobních údajů, které lze zneužít nejrůznějšími způsoby. Celosvětově je zaznamenána řada případů, kdy z Facebooku unikly osobní údaje. Obsahuje velké množství falešných profilů, jelikož neověřuje, zda jsou uživatelé skutečně osobami, za které se vydávají. Mezi nejzranitelnější skupiny patří zejména děti a mládež. Mladí neřeší ochranu svých dat vůči neznámým osobám, ale vůči rodičům ze strachu že uvidí jejich fotografie a konverzaci s přáteli. Necháávají se jím pohltit. Nerozeznávají virtuální svět od reálného. Zveřejňují polonahé nebo nahé fotografie, které jim mohou znepríjemnit v budoucnu život. Vydávají se za starší, zejména dívky. Umisťují na svou zeď informace, které je později mohou dostat do nepříjemné situace.

Mezi nejčastější jevy na sociálních sítích patří **cybergrooming** (chování, kdy si pachatel na internetu vyhlídne oběť, naváže s ní vztah a vyzve ji k osobní schůzce; cílem setkání je oběť zneužít), **cyberbullying** (šikana prostřednictvím elektronických komunikačních prostředků, jako jsou mobilní telefony, internet, e-maily atd.), **cyberstalking** (označuje opakované a stupňované obtěžování, které může mít různé formy a intenzitu, jako je např. zasílání sms zpráv, e-maily nebo telefonování, které oběť nechce) a další závazné jevy jako

hoaxing (nevyžádaná pošta nebo-li falešná poplašná zpráva), **spamming** (nevyžádané reklamní sdělení šířené internetem, především pomocí e-mailů a diskusních fór), **flaming** (označuje nepřátelské chování uživatelů na internetu, které doprovází urážky, vyhrožování nebo nadávky prostřednictvím diskusních fór, chatu nebo e-mailu).

8. Televize

*„Televize nejvíc vzdělává ty, kdo už jsou vzděláni,
a ti také nesledují jen ji. Naproti tomu minimálně
vzdělává nevzdělané, kteří navíc sledují jen ji“.*²⁵ (Nowak 1977)

Poprvé bylo slovo televize použito v roce 1900 a barevný televizní systém byl patentován v r. 1925. Od té doby se v jejím světě mnohé změnilo.

První československé televizní zařízení se podařilo uvést do provozu v květnu roku 1948. Skutečné vysílání do domácností se uskutečnilo v květnu r. 1953. Zprvu televize vysílala pár dní v týdnu. S odstupem času mohli diváci sledovat už dva televizní programy a od r. 1973 bylo možné sledovat i barevné vysílání. Dnes můžeme mít televize malé, velké, přenosné i v mobilu.

Podle McLuhanovy teze, televize svou samotnou existencí proměňuje tvář světa podstatněji než libovolná suma zpráv, jež odvysílá. Také uvádí, že: *„Televize je médiem, které odmítá ostře definovanou osobnost“*.²⁶

Mander přirovnává televizi k teleskopu, který létá nebem a neustále se rozhlíží. Pak se vrhne na jedno místo na naší planetě a to nám přenesse.

Magická moc televizní obrazovky odvádí velkou část populace od jiných způsobů trávení volného času. Podílí se i na proměnách mluveného a psaného slova. Unáhlená byla představa, že televize svým „domáckým“ charakterem upevní rodinou soudržnost, že přispěje k integraci členů rodiny, večer co večer shromážděných před obrazovkou.

Televize je naopak skvělým partnerem právě pro lidi izolované, osamělé, nespolečenské, nemocné. *„Pro společenství však, byť jen úzké a rodinné představuje spíše soka či nepřitele. Je to „velký zabiják času“ vůbec, a toho času, který by měl být věnován rodinným věcem, zvláště“*.²⁷ Program televize není tak důležitý jako celkové její působení.

²⁵ BLAŽEK, Bohuslav. *Tváří v tvář obrazovce*. 1. vyd. Praha: Sociologické nakladatelství, 1995, s. 145.

²⁶ MCLUHAN, Marshall. *Jak rozumět médiím: extenze člověka*. 2., rev. vyd. Překlad Miloš Calda. Praha: MLADÁ FRONTA, 2011, s. 322.

²⁷ MCLUHAN, Herbert Marshall. *Člověk, média a elektronická kultura: Výbor z díla*. 1. vyd. Brno: Jota, 2000, s. 388.

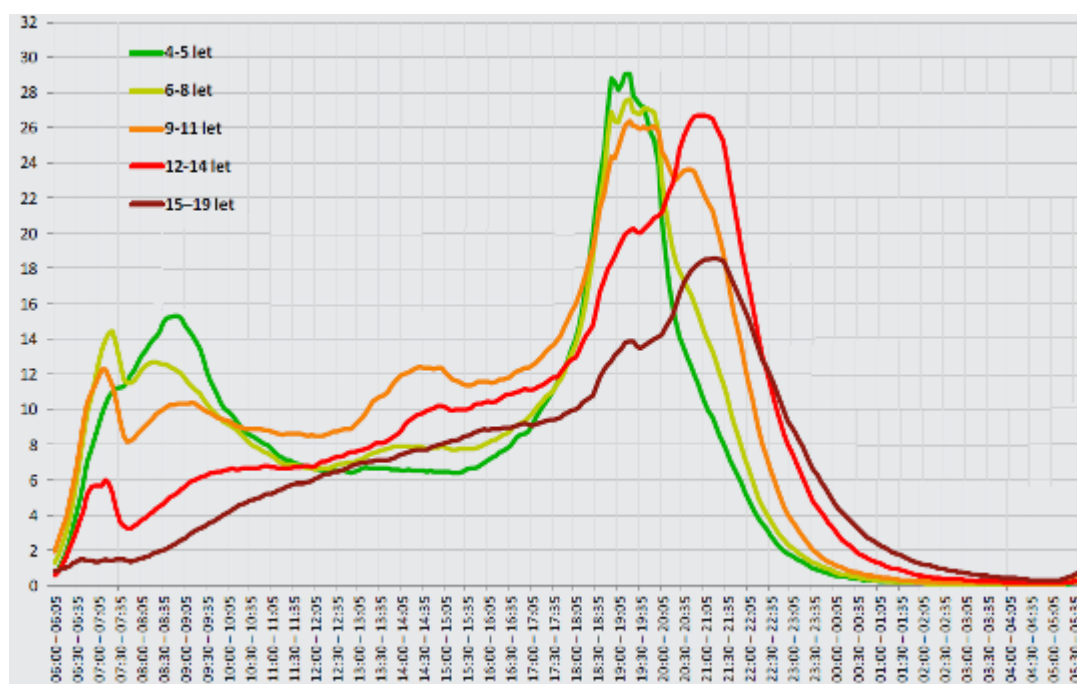
Metaforu o globální vesnici, kterou podle McLuhana tvoří televizní divácká obec na celém světě, musíme chápat jenom v komunikačním smyslu ne ve smyslu sociálním. Člověk je vháněn spíše do osamělosti, než aby byl poután hlubšími sociálními vztahy. Svět pouhého obrazu je světem lži, neboť svět je svým vlastním obrazem, do kterého lze vstoupit jen v představách, při zahledění se na obrazovku.

Ve využívání jednotlivých funkcí televize jsou rozdíly podle pohlaví. Muži používají televizi častěji jako zdroj informací, pro ženy je televize jako zdroj zábavy. Televizi častěji sledují soustředěně muži a lidé starší 60 let. Sociologické údaje zařazují sledování elektronických medií na první místo mezi všemi způsoby trávení volného času.

Děti před obrazovkou tráví více jak 3,5 hodiny denně. Průměrný 13letý školák viděl v televizi 52 000 vražd či ozbrojených loupeží a přepadení. „*Denně u nás sleduje televizní vysílání 44 % dětí ve věku od 5 do 14 let bez rozdílu pohlaví*“.²⁸ Sledování televize u dětí je rovněž ovlivněna sezónností. Nejvyšší je v zimních měsících, naopak nejnižší v době letních prázdnin. Během dne je sledovanost nejvyšší po příchodu ze školy, neobvyklé však není ani sledování televize v ranních hodinách před odchodem do školy. Následující graf ukazuje čas trávený sledováním televize.

²⁸ SUCHÝ, Adam. *Mediální zlo - mýty a realita: Souvislost mezi sledováním televize a agresivitou u dětí*. 1. vydání. Praha: TRITON, 2007, s. 63.

Čas trávený sledováním televize (%)



Zdroj: TVM data, ATO-Mediaresearch (1.10.2012 – 30.9.2013).

8. 1 Hledisko vývoje psychologie u televize

Pro samotné vnímání televize je rozhodující věk dítěte. Zhruba od třetího věku života je možno uvažovat o samostatném využívání médií. Podle Blažka děti nejvíce zajímají jednotlivé scény, do kterých si mohou promítat svou osobní zkušenost.

Šestileté až osmileté děti jsou schopny chronologického řazení zhlédnutých scén, ale nedají se strhnout dějem. Pokud jsou rodiče s dítětem po zhlédnutí pořady schopni hovořit, mohou výrazně snížit riziko negativního vlivu médií.

Od devíti nebo deseti let se teprve rozvíjí schopnost komplexnějšího porozumění filmu. Dítě má dostatek zkušeností a je schopno rozlišovat mezi jednotlivými typy realismu.

Až od 11 let se rozvíjí schopnost distancovat se od děje a vystihnout podstatu příběhu.

Tzv. rizikovou diváckou skupinou budou s největší pravděpodobností tvořit děti mladších dvanácti let. Mediálním násilím či nadměrným sledováním televize budou více ohroženy ty děti, u kterých již existuje predispozice k agresivnímu násilí. Za více rizikové se obecně považuje sledovat násilné pořady do dvanácti let. Za agresivnější se více považují chlapci, dívky mají menší tendenci napodobovat agresivní chování.

8. 2 Psychologické důsledky klasické televize

Působí moderní média obecně svými specifickými vlastnostmi i svojí přitažlivostí a přístupností na psychiku jedince? Problematické důsledky nadměrného sledování klasické televize na lidskou psychiku můžeme spatřovat v těchto oblastech:

- Způsob a podmínky sledování TV pořadů nepodporují soustředění. „*Německý výzkum ukázal, že televize je často spíše kulisou pro jinou činnost*“.²⁹
- Konfrontační styl médií je bohužel častou formou, kterou se média pokoušejí demonstrovat svoji vyváženost. Zejména v televizi často jde o krátkodobé upoutání diváka. Adrenalinem zaplavený mozek si při sledování dramatického střetnutí zapamatuje rysy nebezpečné situace.
- Povrchnost obsahu a rychlý sled obrazových vjemů. Tímto způsobem televize znesnadňuje systémové vidění světa jako sítě vztahů.

²⁹ MUSIL, Josef. *Elektronická média v informační společnosti*. Praha: VOTOBIA, 2003, s. 90.

9. Možnosti kontroly, regulace a prevence

Prevenci můžeme realizovat na úrovni technické, administrativní, nukleární rodiny a školy. Technickou úroveň regulace a prevence představuje V - Chip vynalezený v Kanadě. V-Chip označí jednotlivý televizní program na sedmi úrovních. Rodiče si mohou chip naprogramovat podle svého uvážení. Ten vysílá televizi signál k zablokování nevhodného pořadu. U nás je toto technické omezení nereálné, jelikož je příliš drahé a neexistuje kupní síla.

Na administrativní úrovni můžeme hovořit o vytvoření etického kodexu, který kontroluje komise odborníků. Další variantou je systém varování ve stylu „hvězdičky“.

V České republice platí pouze zákaz vysílat před desátou hodinou večerní pořad, který by mohl „ohrozit psychický či morální vývoj dětí a mladistvých“ (Zákon o televizním vysílání). Doposud nebyly v tomto směru podniknuty žádné zásadní kroky.

Nejúčinnějším je v tomto směru působení rodičů na dítě. Je to záležitostí jejich výchovy, přístupu a organizování volného času dětí. Rodiče mohou, nalézt rady v publikaci Pavla Říčana Krotíme obrazovku. Rodiče by měly čas od času se svými dětmi diskutovat o zobrazeném násilí, vypínat příliš agresivní pořady, regulovat strávený čas před televizí a podporovat děti v mimoškolních aktivitách.

Suchý ve své knize uvádí odpověď rozvedené maminky na dotaz ohledně sledování televize: *„Děti by si na televizi ani nevzpomněly, kdybychom na ně měli dostatek času a hlavně s nimi komunikovali. Kolikrát přijdu z práce a nechce se mi ani mluvit. Je pohodlné pustit dítěti místo sebe televizi, ale děti nebudou čekat, až si na ně uděláme čas, a poskládají si život podle svého“.*³⁰

O rady doporučené rodičům by se měla v rámci možností snažit i škola. Rodinný i školní výchovný styl by měly jít ruku v ruce.

O rizicích na internetu byl natočen film Seznamte se bezpečně, který ve třech příbězích zobrazuje podle reálných událostí rizika spojená s používáním internetu. Denně je prostřednictvím sociálních sítí ukradeno několik desítek identit.

Na stránkách Bezpečný internet.cz nalezneme rady o bezpečném internetu pro začínající uživatele, pokročilé uživatele, rodiče, děti i školy.

³⁰ SUCHÝ, Adam. *Mediální zlo - mýty a realita: Souvislost mezi sledováním televize a agresivitou u dětí*. 1. vydání. Praha: TRITON, 2007, s. 71.

Vznikl s cílem ukázat mnohá rizika spojená s užíváním internetu a také na způsoby, jak se jim účinně bránit. E-mailová komunikace, platby přes internet i internetové viry jsou každodenními průvodci více jak 5,5 milionů lidí, kteří se každý měsíc připojují na český internet.

Desatero bezpečného internetu:

- 1) Nedávej nikomu adresu ani telefon. Nevíš, kdo se skrývá za monitorem na druhé straně.
- 2) Neposílej nikomu, koho neznáš, svou fotografii a už vůbec ne intimní. Svou intimní fotku neposílej ani kamarádovi nebo kamarádce – nikdy nevíš, co s ní může někdy udělat.
- 3) Udržuj hesla (k e-mailu i jiné) v tajnosti, nesděluj je ani blízkému kamarádovi.
- 4) Nikdy neodpovídej na neslušné, hrubé nebo vulgární maily a vzkazy. Ignoruj je.
- 5) Nedomlouvej si schůzku přes internet, aniž bys o tom řekl někomu jinému.
- 6) Pokud narazíš na obrázek, video nebo e-mail, který tě šokuje, opusť webovou stránku.
- 7) Svěř se dospělému, pokud tě stránky nebo něčí vzkazy uvedou do rozpaků, nebo tě dokonce vyděsí.
- 8) Nedej šanci virům. Neotvírej přílohu zprávy, která přišla z neznámé adresy.
- 9) Nevěř každé informaci, kterou na internetu získáš.
- 10) Když se s někým nechceš bavit, nebav se.

Společnost Seznam.cz a Centrum prevence rizikové virtuální komunikace Pedagogické fakulty v Olomouci společně zrealizovaly průzkum v roce 2013 mezi více než 21 000 dětmi ve věku 11 – 17 let. Tento rozsáhlý výzkum ukazuje, že téměř 51 % dětí do 18 let má zkušenost s nějakou formou kyberšikany. Mezi nejčastější patřily verbální útoky, průnik na účet a obtěžování prozváněním. Centrum vzniklo v roce 2010 a každoročně na rizika internetu upozorňuje školáky i jejich rodiče. Zaměřují se na rizikové fenomény spojené s komunikací na internetu, jako je například kybernetická šikana, sexuální zneužívání či sexting, což je nová forma chování pubescentů a adolescentů, kteří na internetu sdílejí své nahé fotografie. Ty pak pachatelé trestných činů využívají k vydírání. Dále se věnují

internetovým podvodům, zneužívání sociálních sítí, vytváření falešných profilů nebo zneužívání webkamer.

10. Mediální výchova

Velká většina informací je zprostředkována masovými médii, jejichž produkce má svou vlastní logiku, své zákonitosti a ty je třeba rozeznávat. Současná společnost vyžaduje, aby se její členové dokázali co nejsamostatněji orientovat v mediální nabídce. Je třeba dosáhnout mediální gramotnosti. Současný člověk musí být vybaven poznatky a dovednostmi, které mu umožní orientovat se v masově mediální produkci, využívat ji, ale nepodléhat jí. Blažek popisuje mediální výchovu jako: „*Soubor postupů v rodině nebo ve škole, jak se bránit vzniku informační propasti a jak nedovolit, abychom se stali trpnými subjekty jakéhokoli masového média*“.³¹

Je nezbytné se učit poznávat nové pozitivní možnosti a umět využít tok informací a regulovat jej. Dnes už nestačí umět číst, psát a počítat. Stejně důležitá je i počítačová gramotnost a na to navazující mediální výchova, která zahrnuje:

- specifika jednotlivých médií
- výběr a zpracování zpráv před uveřejněním
- spolehlivost různých typů sdělení
- specifčnost internetu

Od roku 2000 je mediální výchova součástí Rámcového vzdělávacího programu. Cílem mediální výchovy je vypěstovat u žáků dovednost žít s médii, efektivně jich využívat ke svému rozvoji a efektivně se bránit jejich tlaku. Mediální výchova má žáka vybavit základní úrovní mediální gramotnosti. Mediální gramotnost je definována jako soubor poznatků a dovedností potřebných pro orientaci v málo přehledné nabídce mediálních prostředků.

³¹ BLAŽEK, BOHUSLAV. *Tváří v tvář obrazovce*. 1. vydání. Praha: Sociologické nakladatelství., 1995, s. 191.

10. 1 Zásady mediální výchovy v rodině

Výchovné styly mají svá pro a proti. Vliv médií je hodně individuální a závislý na dalších faktorech jako je například výchova v rodině. Pravidla vůči médiím musí být jasná a odůvodněná. Jakási abstinence od médií sice děti nevystaví případnému vlivu, ale může být dodržována pouze v rodině. Děti se s médii setkají jinde. Neznalost médií z rodiny může být pro děti spíše problematická. Pouhé časové omezení sledování televize nebo hraní na počítači neznamená vyloučení případných negativních účinků. Trestáním nebo odměňováním dětí, tím že se jim média dovolí či zakáží, v nich zvyšuje dojem důležitosti médií. I když krátkodobě může mít takový trest nebo odměna pozitivní výchovný efekt. O tom co děti viděly, slyšely a četly, by se s nimi mělo mluvit. Mediálně gramotný rodič má lepší šanci rozvíjet mediální gramotnost svých dětí. Nestačí pouhé to, že jsme pravidelní čtenáři, posluchači, diváci či surfaři po internetu. Nemusíme rozumět dětskému vnímání a chápání. Děti jsou vnímavé a mnoho toho pochopí samy, někdy postačí pouhé vedení nebo pomocná ruka. V mediální výchově existují například věková doporučení o vhodnosti filmů či počítačových her, která by rodičům mohla pomoci. Dále mohou rodiče získávat informace z literatury, webových portálů nebo televizních pořadů určené této problematice.

11. Praktická část

11. 1 Cíl výzkumu

Hlavním cílem této práce bylo zjistit, kolik času děti médiím věnují a které médium využívají nejvíce. Dílčími cíli bylo zjistit rozdíly mezi dívkami a chlapci. Dalším cílem bylo zjistit rozdíly ve sledování médií v různých dnech.

11. 2 Výzkumná metoda

Ke sběru dat ve své práci jsem zvolila metodu kvantitativního výzkumu. V kvantitativním výzkumu byla použita metoda dotazníku.

11. 3 Formulace hypotéz

Na začátku byly stanoveny následující hypotézy:

H1: Na Facebooku tráví více času dívky než chlapci.

H2: Děti jsou více ovlivněny internetem než televizí.

H3: Chlapci chodí spát později než dívky.

11. 4 Charakteristika výzkumného vzorku

Pro svůj výzkumný vzorek jsem si vybrala žáky ze základní školy v Lužné. Respondenty byli žáci druhého stupně. Tuto skupinu žáků druhého stupně jsem zvolila záměrně, pro jejich vyhraněnější názory oproti žákům na prvním stupni. Výzkumný vzorek tvořilo 66 respondentů z šesté, sedmé, osmé a deváté třídy. Výsledky šetření jsem zpracovala a uvádím je v grafech.

11. 5 Postup výzkumu

Ve své práci jsem použila k potvrzení či vyvrácení hypotéz dotazníkovou kvantitativní metodu. Cílovou skupinou jsou žáci na druhém stupni ZŠ Lužná. Dotazník jsem zvolila pro lepší sběr informací, jeho přehlednost a anonymitu. Dotazník obsahuje celkem 23 otázek (viz příloha č. 3). V dotazníku se nachází otázky uzavřené, polo uzavřené a otevřené. Dotazníky jsem donesla na základní školu v Lužné, kde jsem požádala paní učitelky, zda by rozdaly dotazníky na začátku vyučovací hodiny v každé třídě na druhém stupni. Tuto formu jsem zvolila pro vysokou návratnost. Dotazníky byly rozdány ve středu 16. 4. 2014 konkrétně v šesté, sedmé, osmé a deváté třídě.

Získaná data byla vyhodnocena v programu Microsoft Excel 2010 a jsou uvedena v grafech a v tabulkách.

11. 6 Analýza dat a interpretace výsledků

Cílem mé práce bylo zjistit kolik času dnešní mladá generace věnuje médiím. Kvantitativní výzkumný soubor tvořilo celkem 66 respondentů z druhého stupně ZŠ Lužná. Zkoumaný vzorek respondentů byl zastoupen rovnoměrně a to 33 dívkami a 33 chlapci.

Otázka č. 1 – Využití internetu v mobilním telefonu

Na otázku č. 1, která se týkala využití internetu v mobilu, odpovědělo 80 % respondentů, že internet v mobilu využívá a pouhých 20 % respondentů uvedlo, že internet v mobilu nevyužívá. Z toho je vidět, že internet v mobilu se stal součástí života této mladé generace.

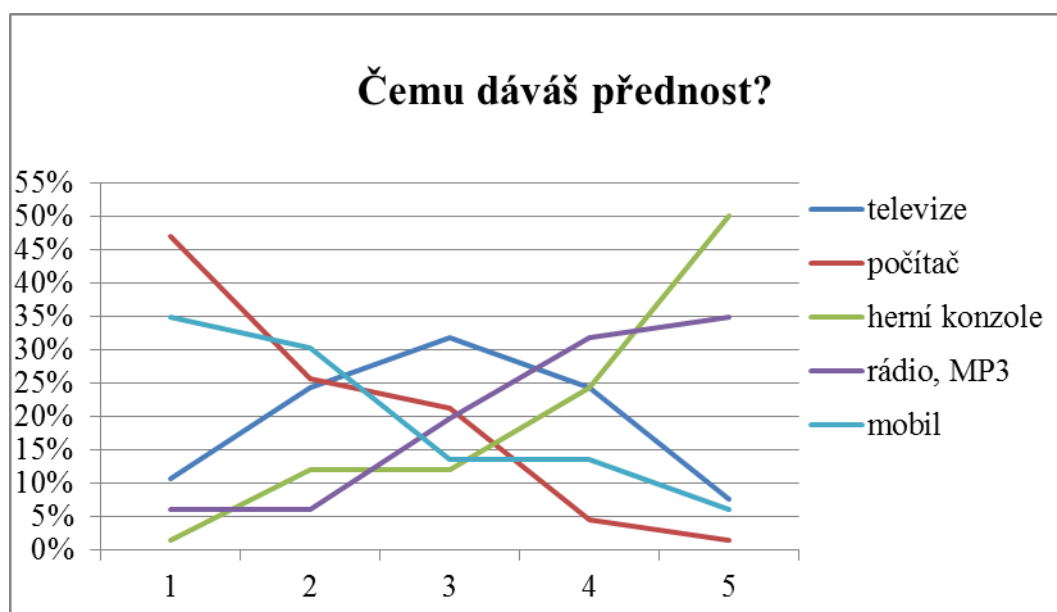
Tabulka č. 1: Využití internetu v mobilu

	Celkem	%
ano	53	80
ne	13	20

Otázka č. 2 – Čemu dáváš přednost?

U této otázky měli respondenti udat míru důležitosti jednotlivých mediálních prostředků. Odpovědi očíslovali číslicemi 1 – 5, kdy 1 – znamenala největší přednost a 5 – nejmenší. Z grafu je vidět, že počítači dává 47% respondentů největší přednost. Druhý nejoblíbenější je mobilní telefon (u 35% respondentů je na prvním místě) a na třetím místě se umístila televize. Rádio, MP3, MP4 a herní konzole nejsou pro respondenty moc důležité. Herní konzole byla respondenty vyhodnocena jako nejméně důležitá, 50% respondentů ji dává nejmenší přednost.

Graf č. 1: Čemu dáváš přednost?



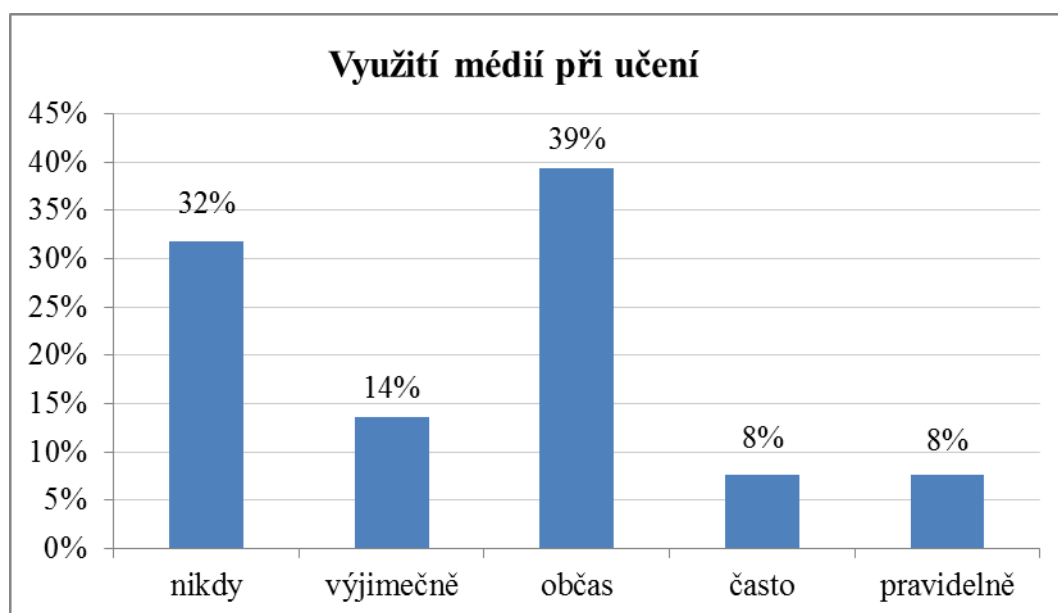
Zdroj: Vlastní výzkum

Tabulka č. 2: Čemu dávají respondenti přednost

	1	2	3	4	5
Televize	11%	24%	32%	24%	8%
Počítač	47%	26%	21%	5%	2%
Herní konzole	2%	12%	12%	24%	50%
Rádio, MP3	6%	6%	20%	32%	35%
Mobil	35%	30%	14%	14%	6%

Otázka č. 3 – Používáš při učení jako kulisu rádio, televizi?

V otázce č. 3 jsem se dotazovala respondentů, zda využívají při učení rádio či televizi jako kulisu. U této otázky vybralo 39 % (26) respondentů odpověď občas, 32 % (21) respondentů zvolilo možnost nikdy, 14 % (9) respondentů uvedlo výjimečně a po 8 % (5) uvedli často a pravidelně. Odborníci uvádějí, že děti často využívají televizi jako kulisu při učení, ale v mém výzkumu se toto tvrzení zcela nepotvrdilo.

Graf č. 2: Využití médií při učení

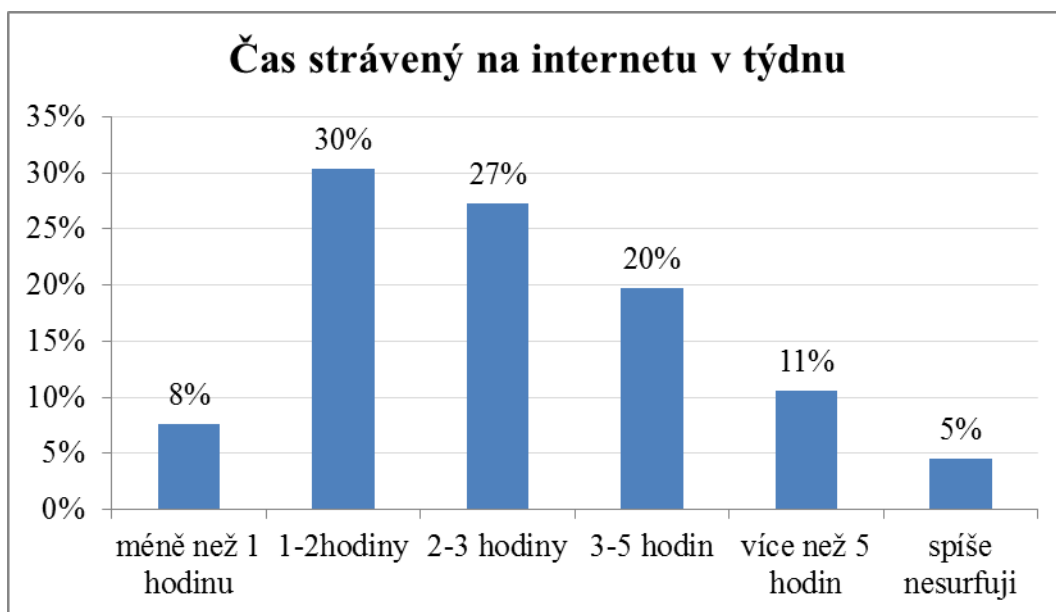
Zdroj: Vlastní výzkum.

Tabulka č. 3: Využití médií při učení

	Celkem	%
nikdy	21	32
výjimečně	9	14
občas	26	39
často	5	8
pravidelně	5	8

Otázka č. 4 – Ve všední den průměrně trávíš na internetu?

Otázka č. 4 zjišťovala, kolik času tráví respondenti na internetu ve všední den. Nejvíce respondentů (30 %) tráví na internetu 1 – 2 hodiny, 8 % respondentů věnuje internetu méně než 1 hodinu, 5% respondentů nesurfuje vůbec a 11 % respondentů uvedlo možnost více než 5 hodin.

Graf č. 3: Čas strávený na internetu v týdnu

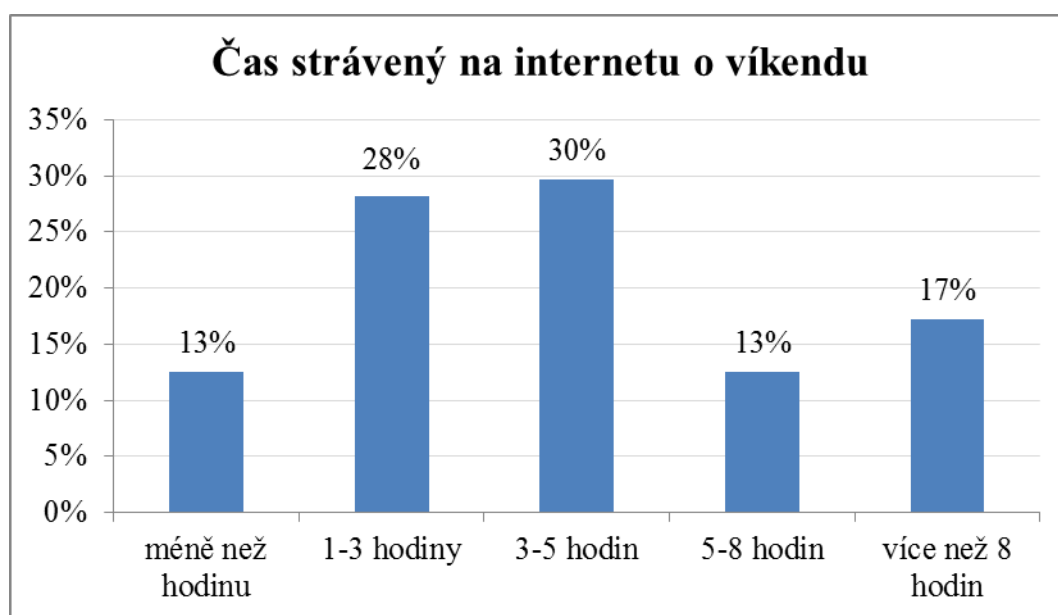
Zdroj: Vlastní výzkum.

Tabulka č. 4: Čas strávený na internetu v týdnu

	Celkem	%
méně než 1 hodinu	5	8
1-2 hodiny	20	30
2-3 hodiny	18	27
3-5 hodin	13	20
více než 5 hodin	7	11
spíše nesurfuji	3	5

Otázka č. 5 – O víkendu průměrně trávíš na internetu?

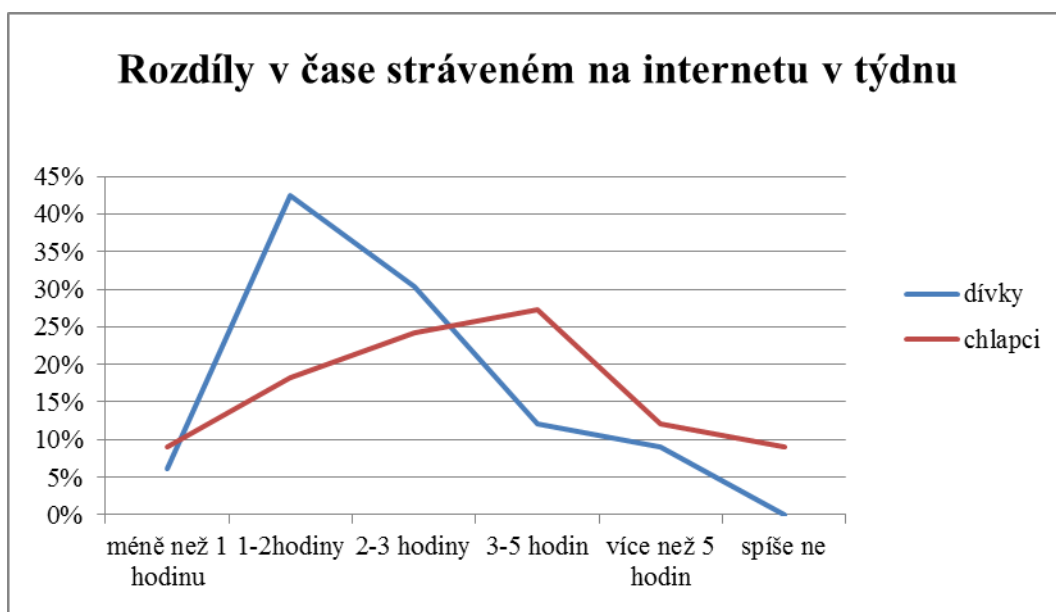
Naopak otázka č. 5 zjišťovala kolik času tráví respondenti na internetu o víkendu. Tady nejvíce respondentů (30 %) zvolilo možnost 3 – 5 hodin, 13 % respondentů uvedlo méně než 1 hodinu a 17 % respondentů tráví průměrně o víkendu na internetu více než 8 hodin.

Graf č. 4: Čas strávený na internetu o víkendu

Zdroj: Vlastní výzkum.

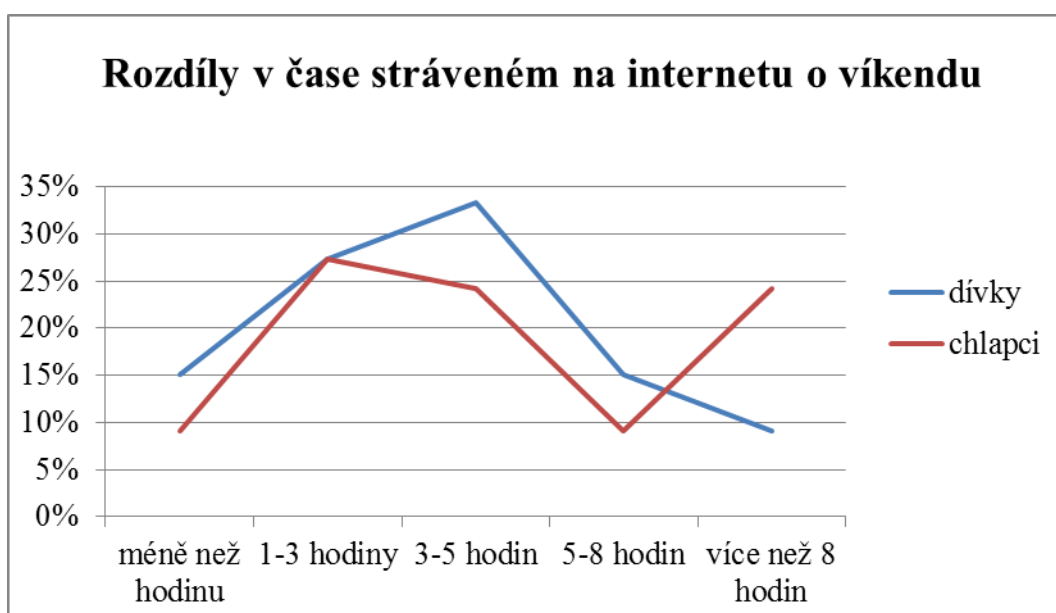
V následujících grafech č. 5 a 6 je vidět srovnání času stráveného na internetu v týdnu a o víkendu u dívek a u chlapců. Z grafů je vidět, že více chlapců tráví více času na internetu. To je způsobeno tím, že chlapci tráví čas na internetu hraním her, což je časově náročnější a ztrácí pojem o čase.

Graf č. 5: Rozdíly v čase stráveném na internetu v týdnu



Zdroj: Vlastní výzkum.

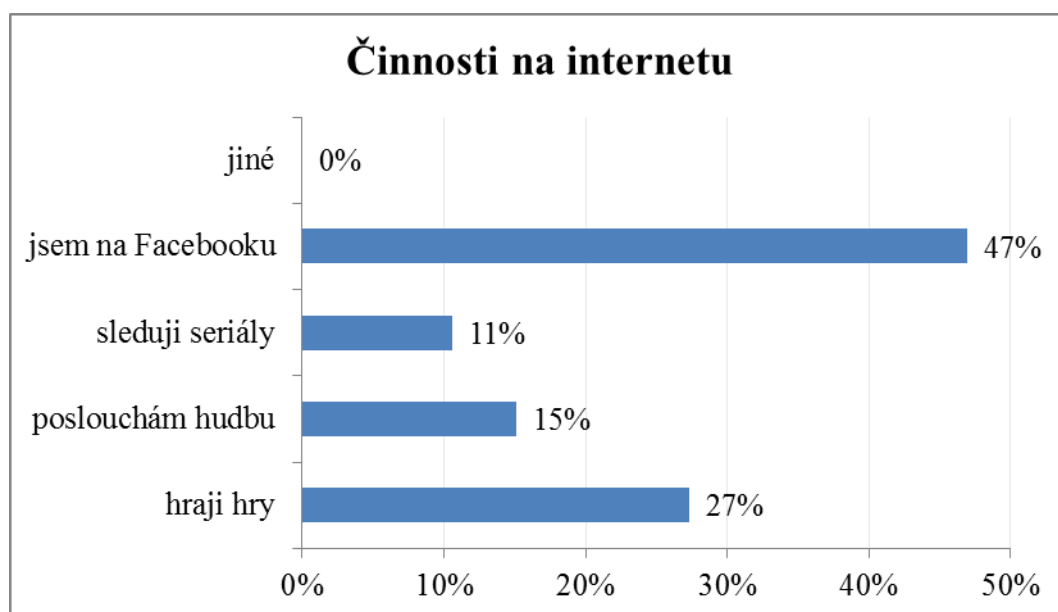
Graf č. 6: Rozdíly v čase stráveném na internetu o víkendu



Zdroj: Vlastní výzkum.

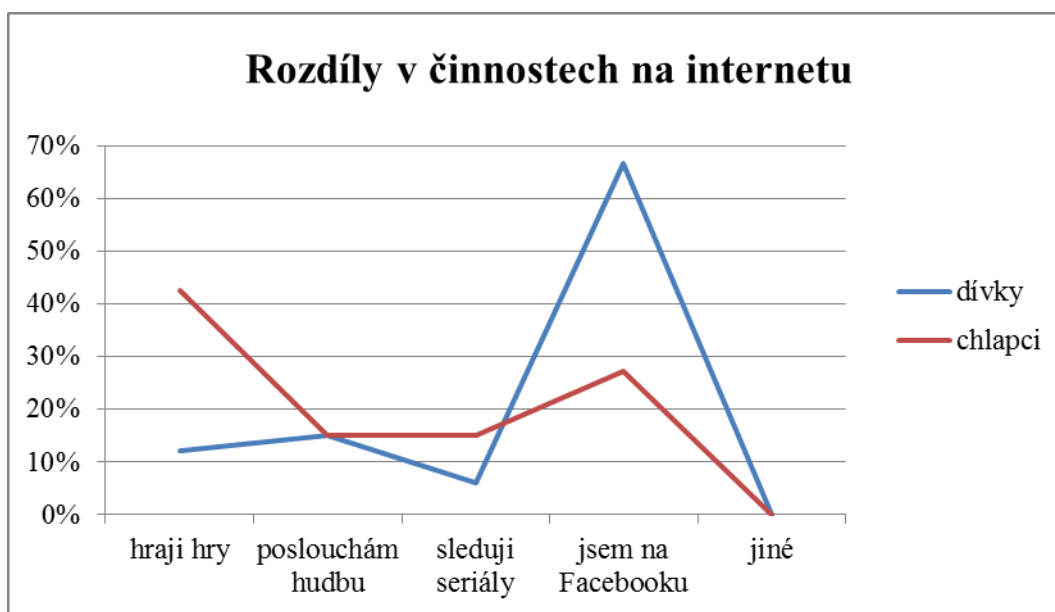
Otázka č. 6 – Co na internetu žáci nejvíce dělají?

Otázka č. 6 zjišťovala, jak respondenti tráví čas na internetu. Z následujícího grafu je vidět, že dnešní mladá generace (47 % respondentů) tráví nejvíce času na Facebooku (sociálních sítí), je to dáno tím, že mladí přes sociální sítě komunikují, domlouvají se a zjišťují informace např. do školy. 27 % respondentů hraje hry, nejčastěji online hry, jelikož se můžou při hře přes chat domlouvat např. na strategiích a hrají s reálným soupeřem, tento způsob hraní je pro ně záživnější. 15 % respondentů poslouchá hudbu a 11 % respondentů sleduje seriály.

Graf č. 7: Činnosti na internetu

Zdroj: Vlastní výzkum.

Pro potvrzení či vyvrácení hypotézy č. 1 (Na Facebooku tráví více času dívky než chlapci) jsem si vytvořila graf č. 8, který ukazuje rozdíly v činnostech na internetu mezi dívkami a chlapci. Z grafu je vidět, že 67 % dívek tráví čas na internetu na Facebooku a 42 % chlapců tráví čas na internetu hraním her. Hypotéza č. 1 byla potvrzena.

Graf č. 8: Rozdíly v činnostech na internetu

Zdroj: Vlastní výzkum.

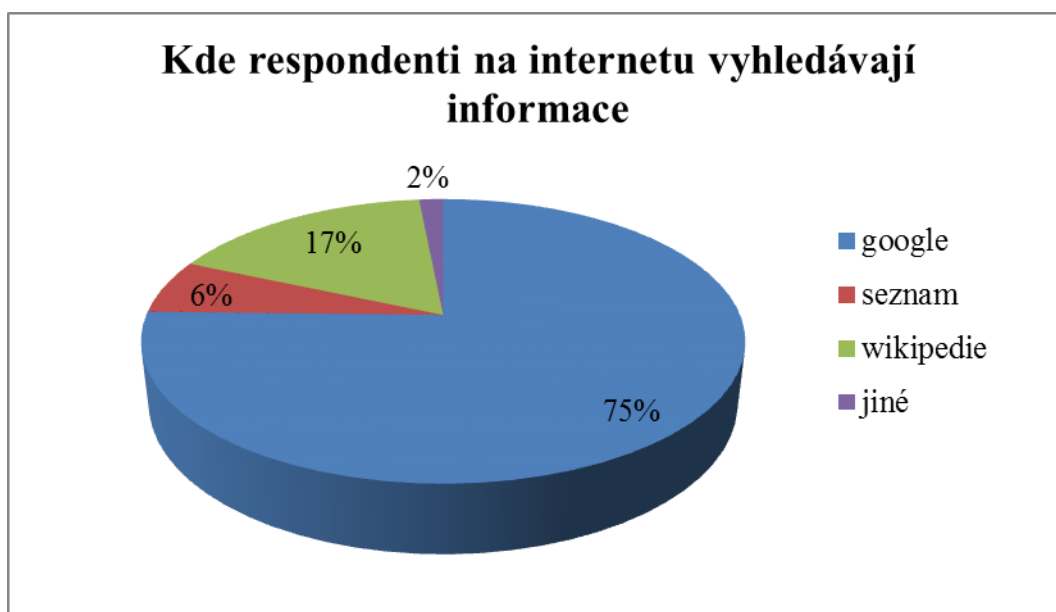
Otázka č. 7 – Jaké stránky na internetu nejvíce navštěvuješ?

V otázce č. 7 jsem zkoumala, jaké stránky respondenti na internetu nejvíce navštěvují. Tato otázka byla otevřená. Na prvním místě se umístil největší internetový server pro sdílení video souborů Youtube, respondenti ho uvedli celkem 38 krát. V těsném závěsu se umístila sociální síť Facebook a to celkem 37 krát. Již o dost v menším počtu (7 krát) se na třetím místě umístila sociální síť Ask.fm. Dále se objevovaly stránky jako např. kinotip, instagram, skype, twitter, wikipedia, sport a jiné.

Otázka č. 8 – Kde vyhledáváš na internetu informace?

Otázka č. 8 se zabývala tím, na jakých internetových stránkách respondenti nejvíce vyhledávají informace. Nejvíce respondentů (75 %) vyhledává informace na googlu, což odpovídá celosvětové oblíbenosti této vyhledávací služby. Na wikipedii vyhledává informace 17 % respondentů, 6 % respondentů na seznamu a pouhé 2 % respondentů vybralo možnost jiné a konkrétně odpověděli „opera“, což není vyhledávací služba, ale prohlížeč.

Graf č. 9: Kde respondenti na internetu vyhledávají informace



Zdroj: Vlastní výzkum.

Otázka č. 9 – Jak vnímáš počítač?

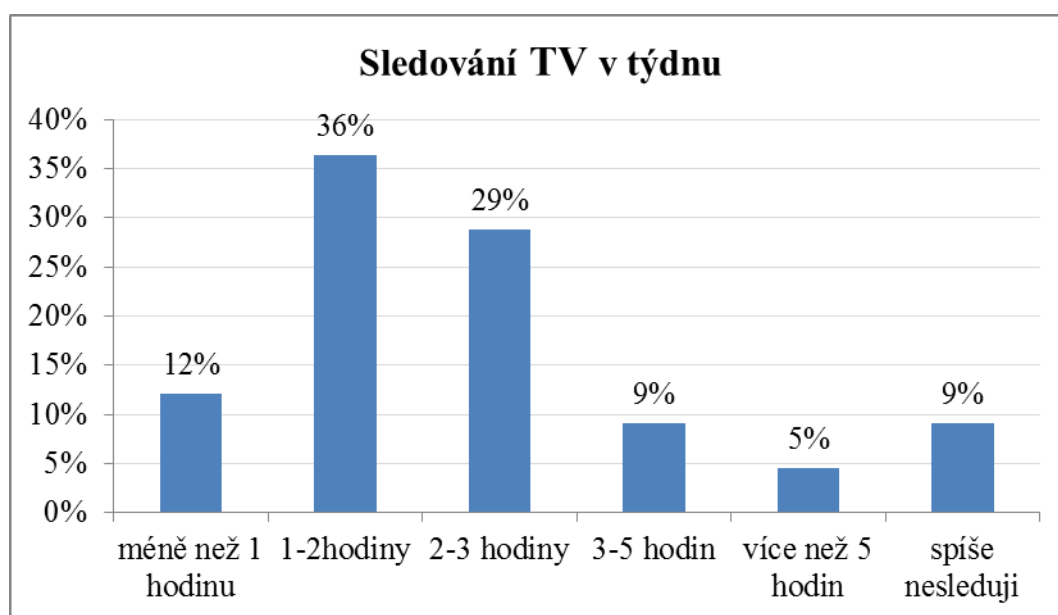
V otázce č. 9 jsem zjišťovala, jak respondenti vnímají počítač. Srovnatelný počet respondentů vnímá počítač jako zábavu i zdroj informací. Nezanedbatelná část respondentů vnímá počítač jako nástroj k hraní her (50 % respondentů uvedlo možnost ano), což odpovídá už zjištěným informacím o využívání internetu jako je sledování Youtube, trávení času na Facebooku a hraní her. Zhruba třetina respondentů počítač vnímá jako nástroj k zahnání nudy. Nemalá část respondentů vnímá používání počítače jako zvyk.

Tabulka č. 5 : Jak je vnímán počítač

	ano	spíše ano	spíše ne	ne
zábava	77%	16%	3%	5%
zdroj informací	72%	23%	3%	2%
nástroj k hraní her	50%	20%	16%	14%
nuda	31%	23%	28%	17%
zvyk	27%	16%	24%	33%

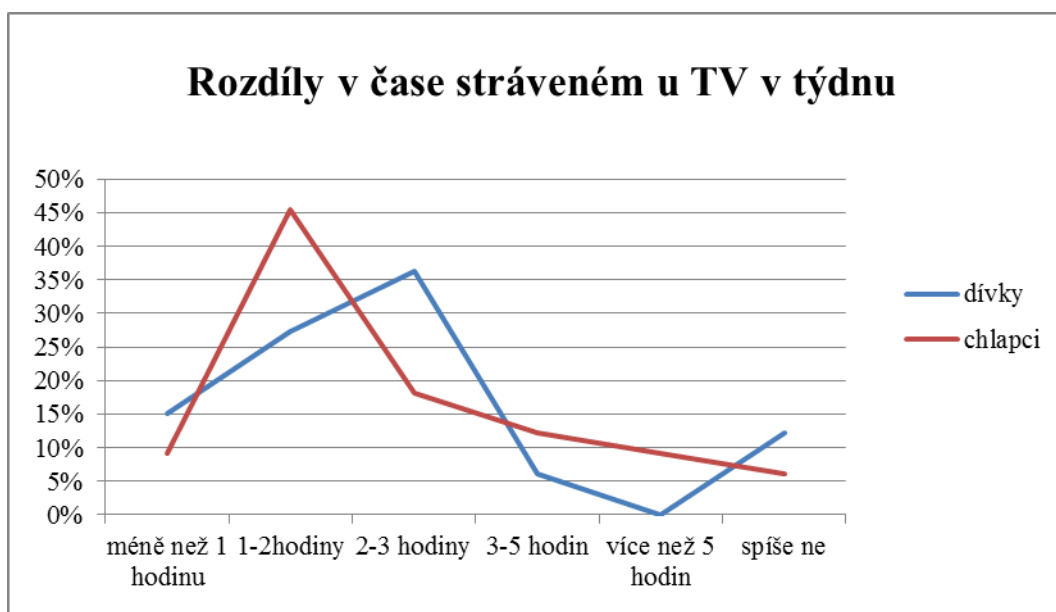
Otázka č. 10 – Ve všední den průměrně sleduješ televizi?

Otázka č. 10 zjišťovala, jak dlouho respondenti sledují TV ve všední den. Nejvíce respondentů (36 %) sleduje TV 1 – 2 hodiny, 29 % respondentů tráví u televize 2 – 3 hodiny, 12 % respondentů věnuje televizi méně než 1 hodinu, 9 % respondentů TV spíše nesleduje a 5 % respondentů uvedlo možnost více než 5 hodin.

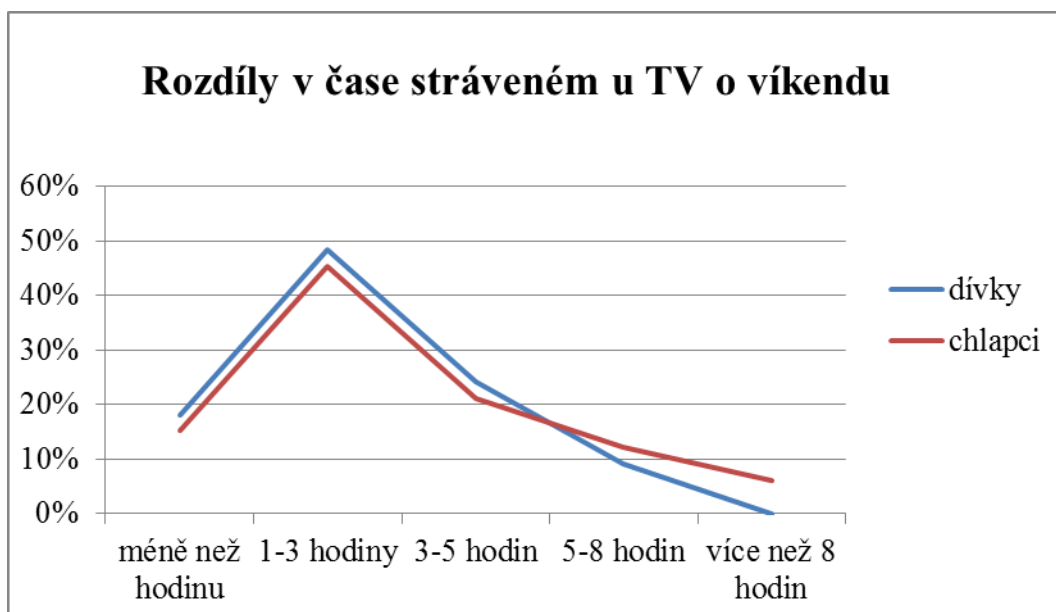
Graf č. 10: Sledování TV v týdnu

Zdroj: Vlastní výzkum.

Z grafu č. 11 je vidět, že dívky tráví více času sledováním TV než chlapci, ale rozdíl mezi pohlavím není tak viditelný jako u internetu. O víkendu jsou rozdíly minimální (graf č. 12).

Graf č. 11: Rozdíly v čase stráveném u TV v týdnu

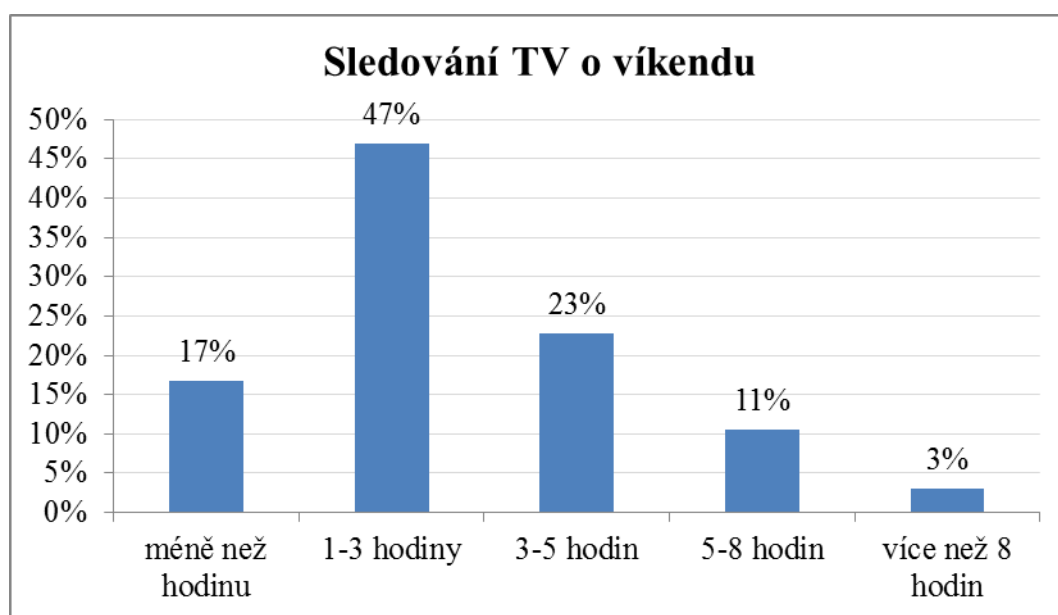
Zdroj: Vlastní výzkum.

Graf č. 12: Rozdíly v čase stráveném u TV o víkendu

Zdroj: Vlastní výzkum.

Otázka č. 11 – O víkendu průměrně sleduješ TV?

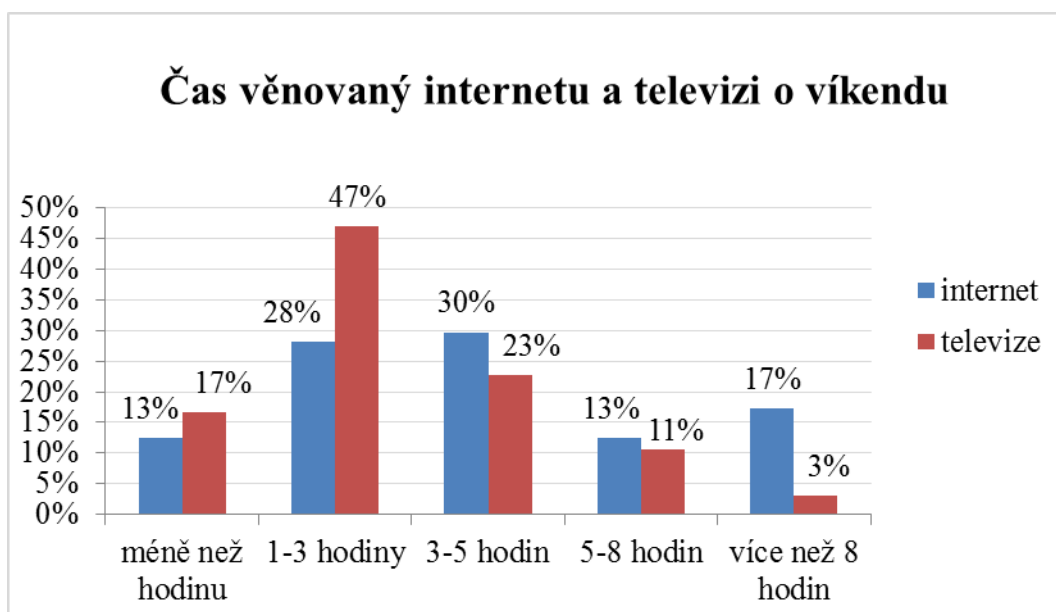
Naopak otázka č. 11 zjišťovala kolik času věnují respondenti televizi o víkendu. Tady nejvíce respondentů (47 %) zvolilo možnost 1 - 3 hodiny, 23 % respondentů tráví u TV 3 – 5 hodin, 17 % respondentů uvedlo méně než 1 hodinu, 11 % respondentů sleduje televizi 5 – 8 hodin a 3 % respondentů tráví průměrně o víkendu sledováním TV více než 8 hodin.

Graf č. 13: Sledování TV o víkendu

Zdroj: Vlastní výzkum.

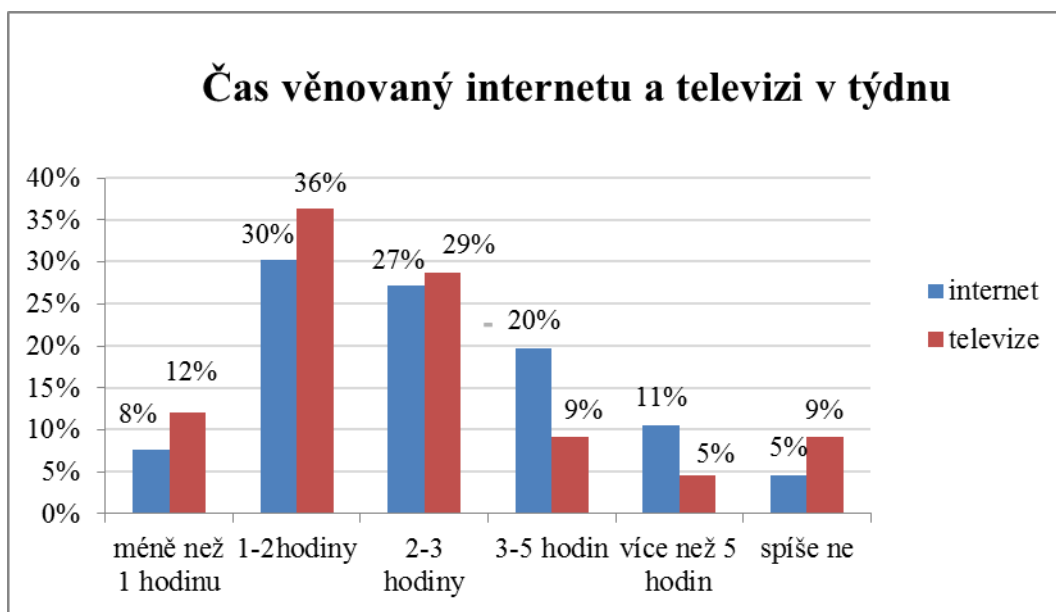
Při přímém porovnání času věnovaného internetu a televizi je vidět, že respondenti věnují více času internetu. V týdnu je tento rozdíl méně výrazný, což může způsobovat sledování oblíbených seriálů, které se vysílají během týdne. Grafy č. 14 a 15 ukazují přímé porovnání stráveného času u internetu a televize o víkendu a v týdnu.

Graf č. 14: Čas věnovaný internetu a televizi o víkendu



Zdroj: Vlastní výzkum.

Graf č. 15: Čas věnovaný internetu a televizi v týdnu



Zdroj: Vlastní výzkum.

Tabulka č. 6: Čas věnovaný internetu a televizi o víkendu

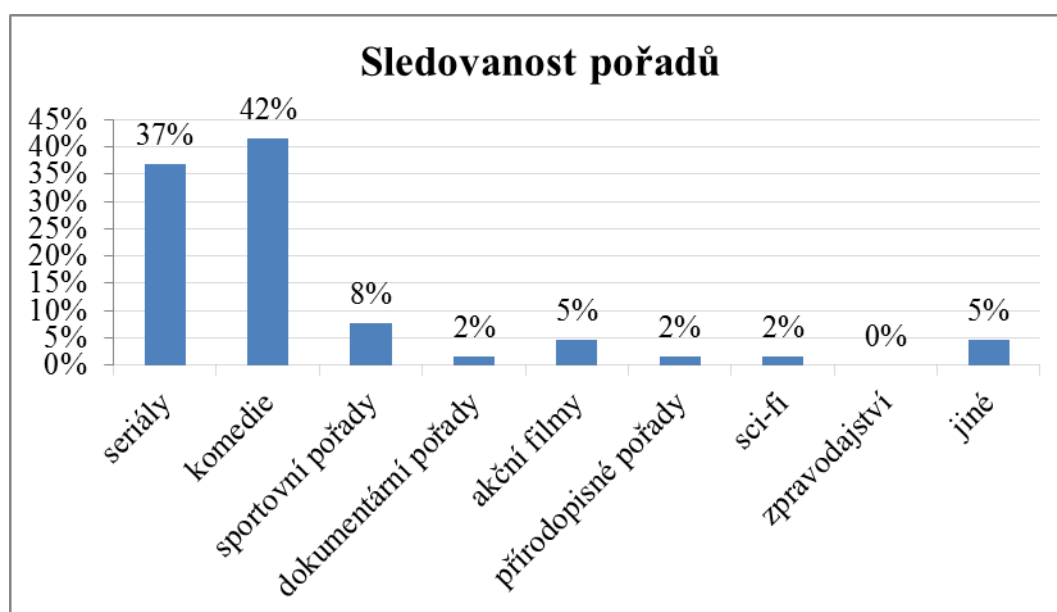
O víkendu	Internet	Televize
méně než hodinu	13%	17%
1-3 hodiny	28%	47%
3-5 hodin	30%	23%
5-8 hodin	13%	11%
více než 8 hodin	17%	3%

Tabulka č. 7: Čas věnovaný internetu a televizi v týdnu

V týdnu	Internet	Televize
méně než 1 hodinu	8%	12%
1-2 hodiny	30%	36%
2-3 hodiny	27%	29%
3-5 hodin	20%	9%
více než 5 hodin	11%	5%
spíše ne	5%	9%

Otázka č. 12 – V televizi nejvíce sleduješ?

Následující graf ukazuje jaké pořady jsou nejsledovanější. Nejvíce respondentů sleduje komedie (42 %), seriály sleduje 37 % respondentů a 8 % sportovní pořady. Možnost zpravodajství nezvolil žádný z respondentů. Tyto výsledky ukazují, že respondenti vnímají televizi čistě jako zdroj zábavy.

Graf č. 16: Sledovanost pořadů

Zdroj: Vlastní výzkum.

Otázka č. 13 – Používáš doma, ve škole nebo mezi kamarády hlášky z filmů?

Tato otázka zjišťovala, zda respondenti využívají při komunikaci s okolím oblíbené hlášky z filmů a televize. 47 % respondentů uvedlo, že hlášky z filmů používá a 57 % respondentů uvedlo nikoliv. U této otázky mohli respondenti uvést hlášku, kterou používají. Nejvíce se objevovaly hlášky jako např.: „ Marečku, podejte mi pero!, Matýsek se posral., A nyní k jedné pánvičce dostanete druhou zdarma není to úžasné Horste?“

Otázka č. 14 – Jaký je tvůj nejoblíbenější film, seriál, pořad?

U této otázky mohli respondenti uvést max. 3 názvy svých oblíbených pořadů. Ze seriálů se nejvíce objevovaly Simpsonovi dále Ordinace v růžové zahradě, Upíří deníky, Teorie velkého třesku a Ulice. A dále z filmů byly uváděny Rychle a zběsile, Piráti z Karibiku, Grimm a Saw.

Otázka č. 15 a 16 – Stanovují ti rodiče dobu strávenou na počítači a u televize?

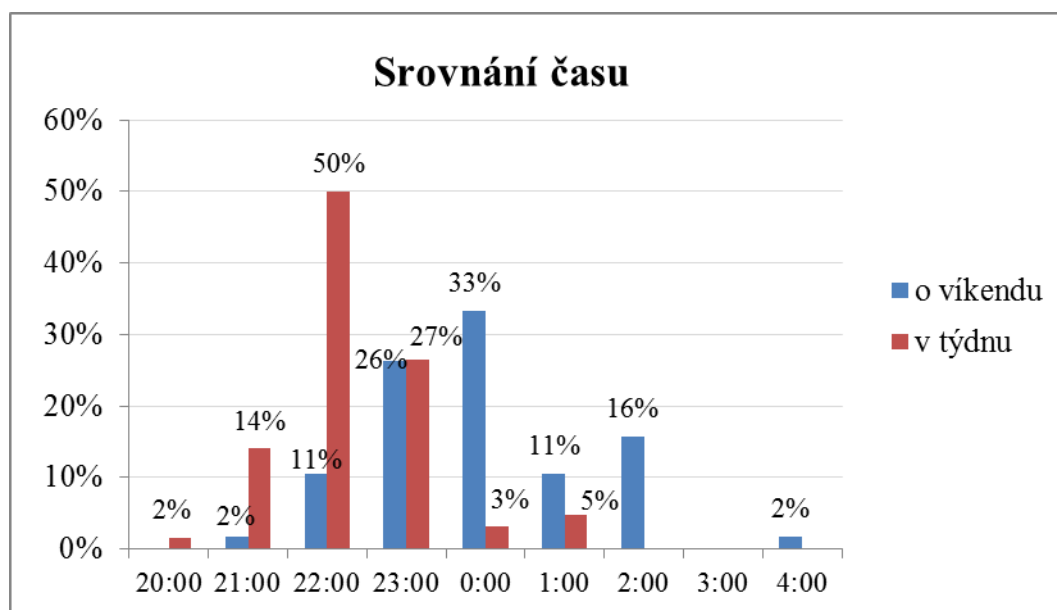
Z odpovědí respondentů vyplynulo, že rodiče převážně nestanovují dobu strávenou na počítači nebo u televize, konkrétně 15 % respondentů má stanovenou dobu strávenou na počítači a 8 % respondentů má stanovenou dobu strávenou u televize. Rodiče využívají zákaz počítače nebo televize jako výchovný prostředek. Někteří respondenti u této odpovědi dodávali poznámku, že jim rodiče stanovují dobu strávenou u těchto médií např. když mají špatné známky nebo za trest.

Tabulka č. 8: Doba stanovená rodiči u počítače a televize

	Počítač	Televize
ano	15%	8%
ne	85%	92%

Otázka č. 17 – V kolik hodin chodíš spát v týdnu a o víkendu?

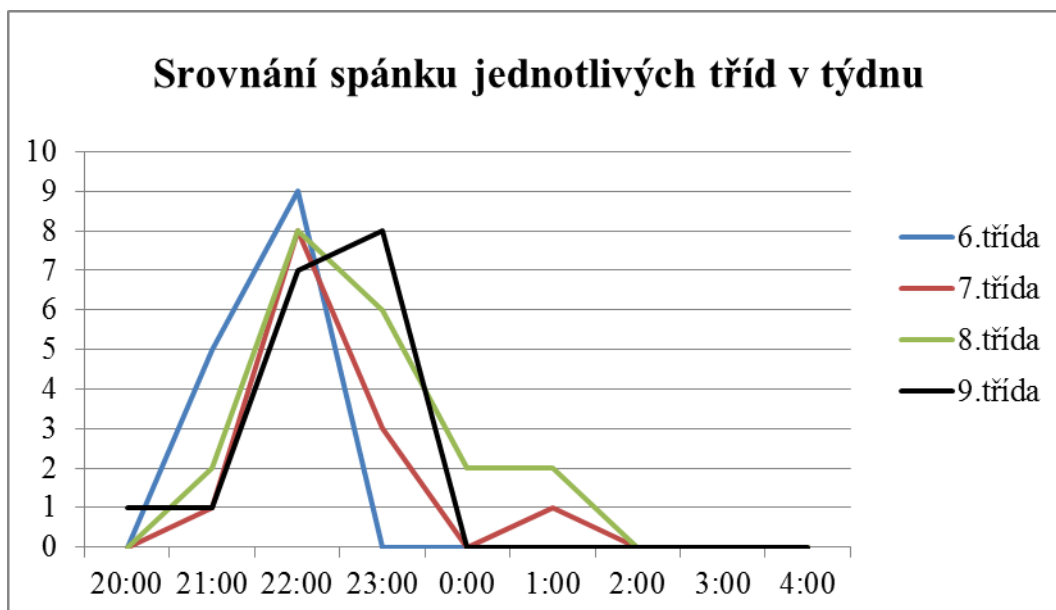
Z výsledků vyšlo, že respondenti chodí spát o víkendu o hodně později oproti dnům v týdnu. V týdnu chodí nejvíce respondentů (50 %) spát okolo desáté hodiny a o víkendu chodí nejvíce respondentů (32 %) spát okolo půlnoci. Jako druhou nejčastější hodinu uvedli respondenti 23:00 jak v týdnu tak i o víkendu.

Graf č. 17: Srovnání času

Zdroj: Vlastní výzkum.

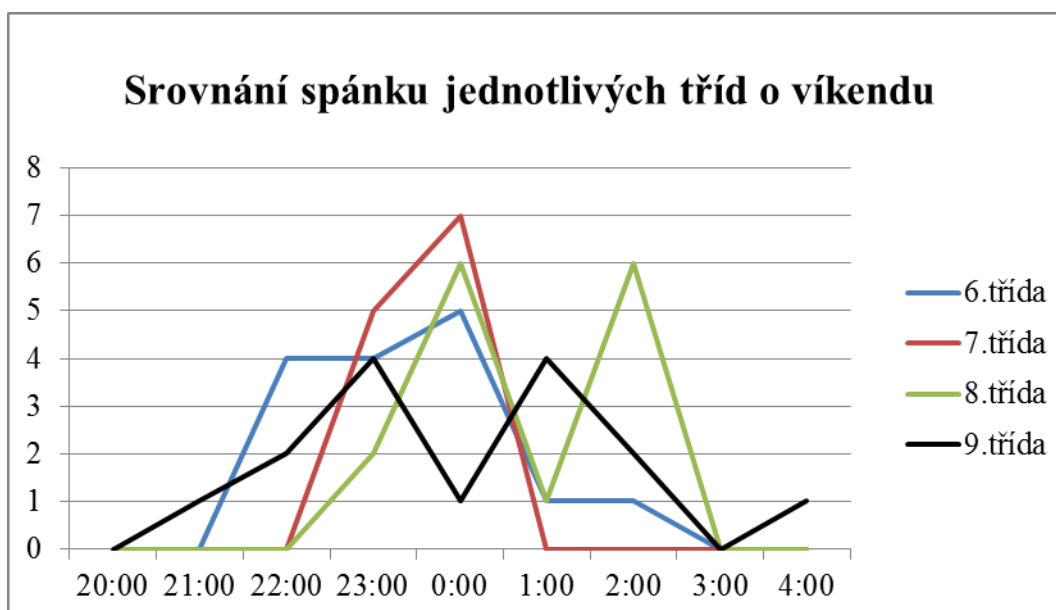
Při porovnání hodiny kdy respondenti chodí spát podle jednotlivých tříd je vidět, že 6. a 7. třída chodí spát v podobnou hodinu a 8. a 9. třída o něco později. Následující graf ukazuje přehled času jednotlivých tříd v kolik hodin chodí spát v týdnu a graf č. 19 ukazuje čas spánku o víkendu.

Graf č. 18: Srovnání spánku jednotlivých tříd v týdnu



Zdroj: Vlastní výzkum.

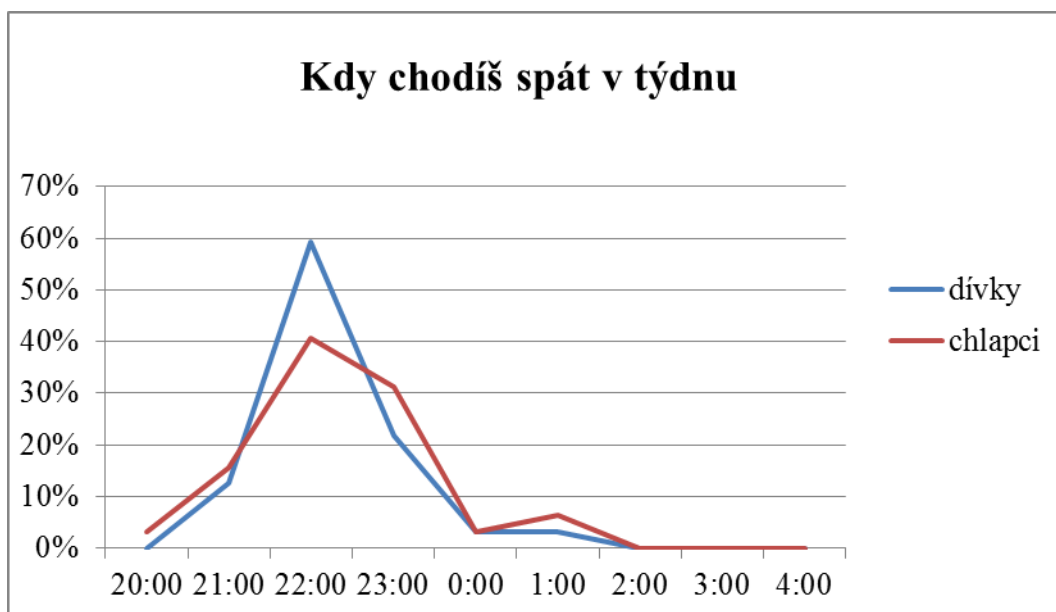
Graf č. 19: Srovnání spánku jednotlivých tříd o víkendu



Zdroj: Vlastní výzkum.

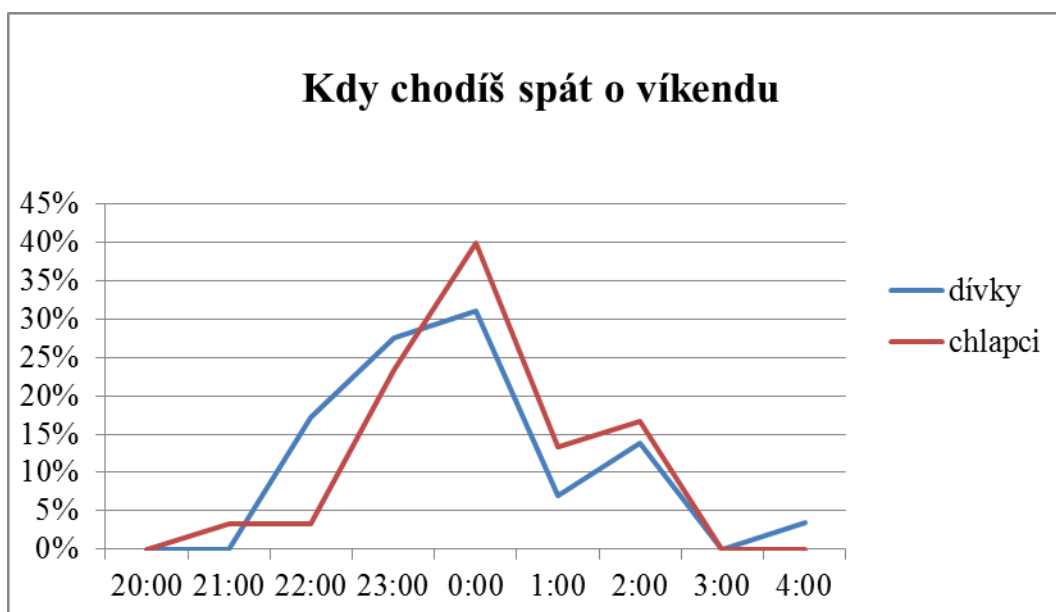
Následující grafy č. 20 a 21 ukazují rozdíly v době času spánku u dívek a u chlapců. Tyto grafy slouží k vyvrácení či potvrzení hypotézy č. 3 (Chlapci chodí spát později než dívky). Z grafů je patrné, že dívky chodí spát dříve, to potvrzuje hypotézu č. 3.

Graf č. 20: Kdy chodíš spát v týdnu



Zdroj: Vlastní výzkum.

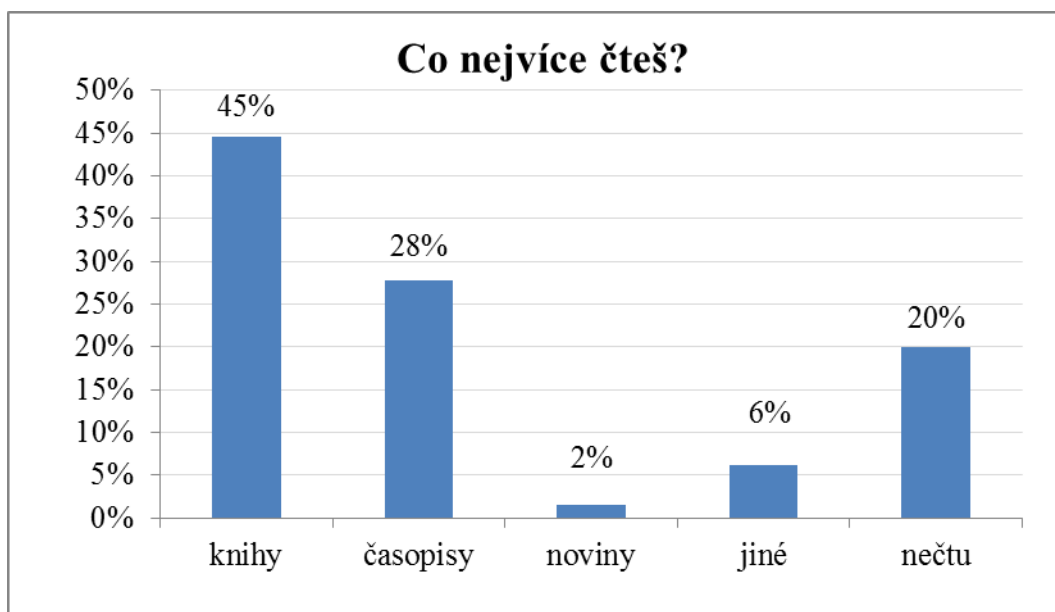
Graf č. 21: Kdy chodíš spát o víkendu



Zdroj: Vlastní výzkum.

Otázka č. 18 – Co nejvíce čteš?

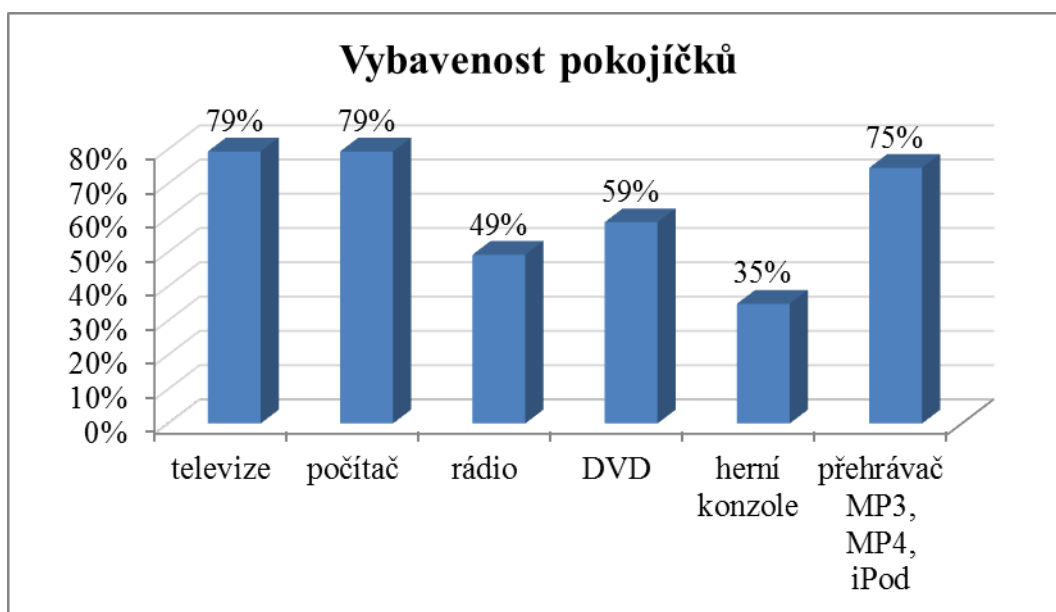
Tato otázka byla zaměřená na to co respondenti nejvíce čtou. Z této otázky vyplynulo, že nejvíce respondenti čtou knihy, zastoupeno 45 %, dále 28 % respondentů čte časopisy a 20 % respondentů nečte vůbec, jelikož to pro ně není tak zábavné a raději sledují zfilmovanou verzi, která je pro ně záživnější.

Graf č. 22: Co nejvíce čteš?

Zdroj: Vlastní výzkum.

Otázka č. 19 – Co máš ve svém pokojíčku?

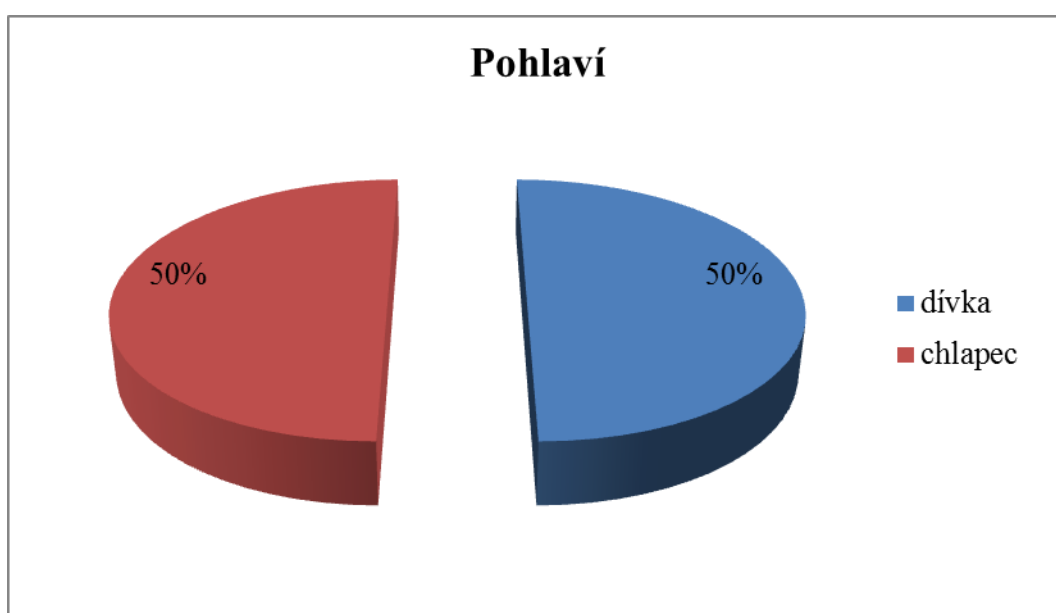
V současné době má dětský pokojíček skoro každé dítě. V pokojíčku nalezneme televizi (79 %), počítač (79 %), přehrávače (75 %), DVD (59 %), rádio (49 %) a herní konzole (35 %). Z výsledku je vidět, že televize, počítač a přehrávače se staly standartní součástí vybavení dětských pokojů. Menší zastoupení rádia a DVD souvisí s možností poslouchání rádia a sledování filmů přímo na počítači. Herní konzole vzhledem ke své ceně a využitelnosti se nevyskytují tak často.

Graf č. 23: Vybavenost pokojíčků

Zdroj: Vlastní výzkum.

Otázka č. 20 – Pohlaví

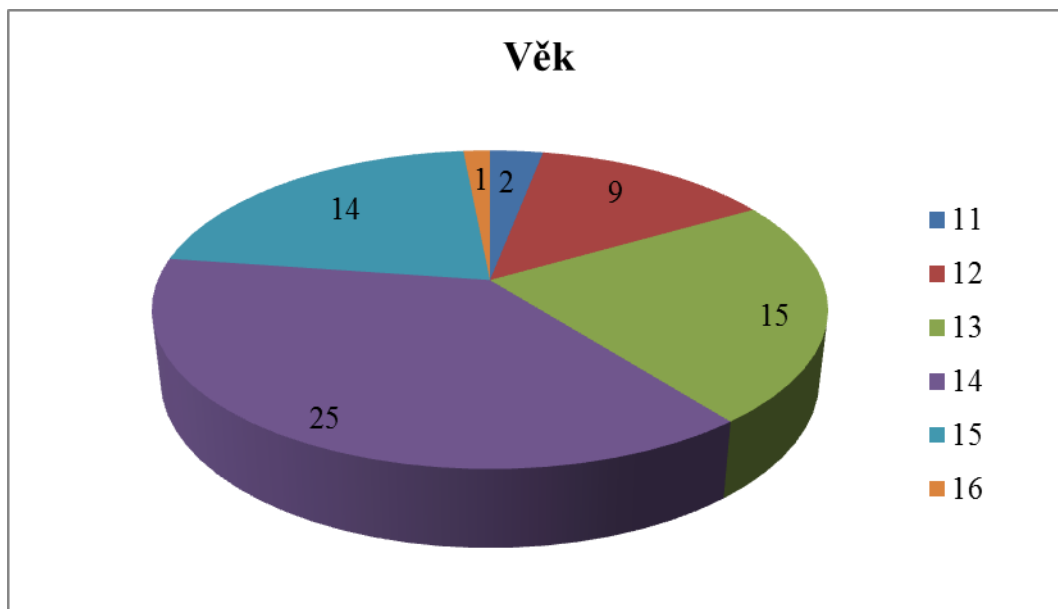
Následující graf č. 24 ukazuje rozložení respondentů podle pohlaví. Pro výzkum bylo toto rozložení respondentů při srovnávání pohlaví dobré pro jeho objektivitu.

Graf č. 24: Pohlaví

Zdroj: Vlastní výzkum.

Otázka č. 21 – Věk

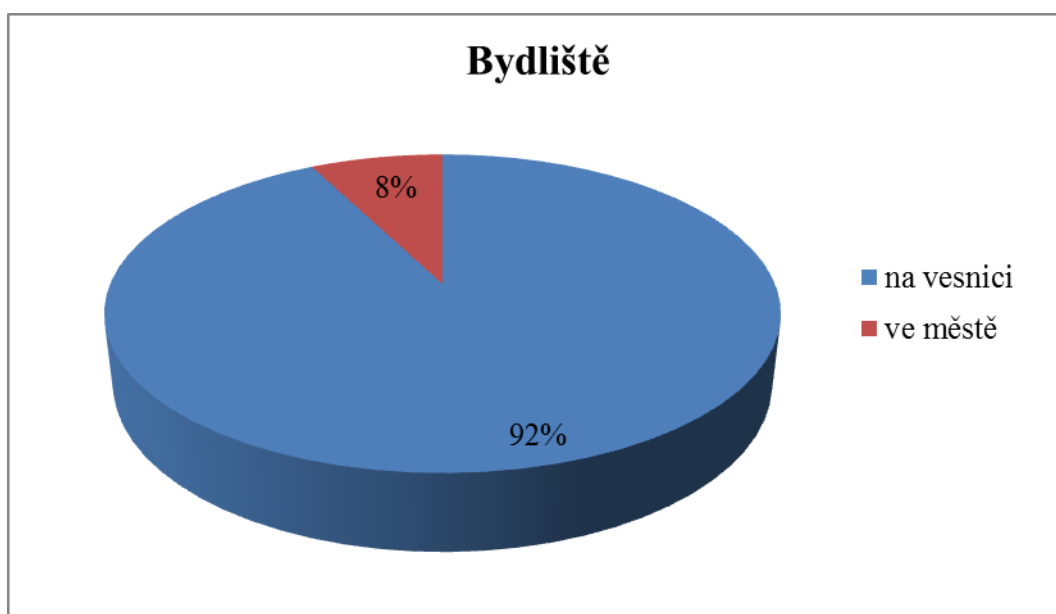
Graf č. 21 ukazuje věkové rozložení respondentů. Nejvíce respondentů je ve věku 14 let.

Graf č. 25: Věk

Zdroj: Vlastní výzkum.

Otázka č. 23 – Bydliště

Vzhledem k tomu, že se průzkum prováděl na základní škole na vesnici, je většina respondentů z vesnice.

Graf č. 26: Bydliště

Zdroj: Vlastní výzkum.

Při porovnání doby strávené na internetu a u televize, otázka č. 4, 5, 10 a 11 a podle otázky č. 1: Využití internetu v mobilu a otázky č 2.: Čemu dávají přednost, byla hypotéza č. 2 (Děti jsou více ovlivněny internetem než televizí) potvrzena. Hlavním cílem práce bylo zjistit kolik času děti médiím věnují. Z výsledků výzkumu vyšlo, že děti věnují více jak polovinu svého volného času médiím, kdy vítězí internet. Tento výsledek je dost alarmujícím zjištěním.

Závěr

Televize, internet, počítačové hry, noviny, časopisy, rádio, mobilní telefony, tablety. Všechna tato média se stala nedílnou součástí našeho každodenního života. S médii se probouzíme i usínáme, skrze ně poznáváme svět, bavíme se, nakupujeme. Děti se s médii denně setkávají v rodině, škole i ve volném čase. Prostřednictvím médií získávají informace, různé způsoby zábavy a komunikace. O počítače se děti zajímají již v předškolním věku. Rychlý vývoj médií bude stále pokračovat. Je proto důležité, aby rodiče svým dětem pomáhali a učili je pozitivně využívat dostupné informace. Dále je důležité, aby se i dospělí nezapomněli vzdělávat v mediální oblasti, neboť právě oni jsou populací, která ve škole neměla mediální gramotnost a hůře se přizpůsobuje novým technologiím a měnícím se podmínkám dnešní společnosti.

Jak je vidět z praktické části, tak televize a počítač jsou silnými médii v životě mladých lidí. V dnešní době je zcela běžné, že dítě má ve svém pokoji televizi, počítač či DVD. Dívky na internetu více času tráví na Facebooku, chlapci zase hraním her. Mnoho internetových her je agresivních, které svým negativním charakterem mohou působit na chování jedinců. Média nás připravují o čas a řídí nám program dne i když si to až tak neuvědomujeme. Můžeme to vidět na pravidelnosti seriálů, které běží každý týden, některé i každý den. Je to jakýsi způsob rituálu, v pondělí se kouká na Cesty domů a v úterý na Ordinaci v růžové zahradě, to samé pak ve středu a ve čtvrtek a taková Ulice běží každý den od pondělí do pátku. Nemusí to být pouze seriály, dalším příkladem je pravidelnost televizního zpravodajství. Už dopředu máme stanovenou hodinu, den a dobu strávenou u televize. To vyplývá i z mého výzkumu, kde v týdnu děti stráví sledováním televize více času než o víkendu, kde je tento rozdíl méně viditelný, dále i z toho co v televizi nejvíce sledují – objevovaly se právě seriály, které běží během týdne.

Dále z výsledků mého výzkumu vyplynulo, že děti chodí spát pozdě, jak v týdnu, tak i o víkendu. Souvisí to s tím, že rodiče nedohlíží na čas v kolik děti chodí spát. Pouhé „jdi si lehnout“ nestačí. Jestliže mají děti ve svém pokoji televizi, tak ji sledují z postele do té doby než třeba usnou. To, že děti chodí pozdě spát, může mít za následek spánkový deficit, který se později může projevit únavou, nesoustředěním se ve škole, horším školním hodnocením, ale i obezitou, bolestí hlavy nebo cukrovkou. Podle odborníků je doporučená doba spánku pro školní děti 9 – 11 hodin spánku. Studie potvrzují, že dobrý spánek pomáhá udržet zdraví. Rodiče by proto měli věnovat pozornost správnému spánku svých dětí.

Média tu byla, jsou a budou. I nadále budou naše životy ovlivňovat více a více. Už nyní dychtíme po stále novějších informacích, které získáváme prostřednictvím právě zmiňovaných médií. Záleží pouze na každém z nás jak se s nimi popereme a na kolik je budeme pouštět do našich životů.

Resumé

Práce na téma Vliv médií na děti a mládež má za cíl poukázat na vliv médií, zejména internetu a televize. Jsou zde definovány druhy médií a jejich funkce. Dále rizika spojená s těmito médii. Další část je věnována mediální výchově a je zde uvedeno několik rad pro rodiče.

V praktické části jsou srovnány čtyři třídy ze základní školy. Také byly sledovány rozdíly mezi pohlavím. Práce s pomocí dotazníku dokazuje, že většinu volného času tráví dnešní mládež s médii.

Summary

The aim of my thesis Influence of media on children and youth is to show the influence of media especially television and internet. Various media and their functions are defined. The risks associated with these media. The next part is dedicated to medial education and there are introduced few advice for parents.

In the practical part are compared four classes of primary school. Also it was monitored differences among sex. The thesis shows by means of a questionnaire that today's youth spend the most of their free time with media.

Literatura

- BLAŽEK, BOHUSLAV. *Tváří v tvář obrazovce*. 1. vydání. Praha: Sociologické nakladatelství., 1995. 199 s. ISBN 80-85850-11-7.
- BOURDIEU, Pierre. *O televizi*. 1. vydání. Brno: Doplněk, 2002. 89 s. ISBN 80-7079-891-2.
- MANDER, Jerry. *Čtyři důvody pro zrušení televize*. Vyd. 1. Brno: Doplněk, 2000, 355 s. Sociálně-ekologická edice, sv. 3. ISBN 80-723-9063-5.
- McLUHAN, Herbert Marshall. *Člověk, média a elektronická kultura: Výbor z díla*. 1. vyd. Brno: Jota, 2000. 415 s. ISBN 80-7217-128-6.
- McLUHAN, Herbert Marshall. *Jak rozumět médiím: extenze člověka*. 2., rev. vyd. Překlad Miloš Calda. Praha: Mladá fronta, 2011, 399 s. ISBN 978-80-204-2409-9.
- McQUAIL, Denis. *Úvod do teorie masové komunikace*. 1. vydání. Praha: Portál, 1999. 447 s. ISBN 80-7178-200-9.
- MUSIL, Josef. *Elektronická média v informační společnosti*. 1. vydání. Praha: Votobia, 2003. 261 s. ISBN 80-7220-157-3.
- POSTMAN, Neil. *Ubavit se k smrti: veřejná komunikace ve věku zábavy*. 1. vydání. Praha: Mladá fronta, 1999. 190 s. ISBN 80-20407-47-2.
- SAK, Petr. *Člověk a vzdělání v informační společnosti*. 1. vydání. Praha: Portál, 2007. 290 s. ISBN 978-80-7367-230-0.
- SBORNÍK. Média a moc*. Praha: Votobia, 2000. 151 s. ISBN 80-7220-085-2.
- SUCHÝ, Adam. *Mediální zlo - mýty a realita: Souvislost mezi sledováním televize a agresivitou u dětí*. 1. vydání. Praha: Triton, 2007. 168 s. ISBN 978-80-7254-926-9.

Internetové zdroje

- Bezpečný internet. [online]. [cit. 2014-04-12]. Dostupné z: <http://www.bezpecnyinternet.cz/>
- Český statistický úřad. *Domácnosti s počítačem*. [online]. 2014 [cit. 2014-04-12]. Dostupné z: [http://www.czso.cz/csu/2013ediciplan.nsf/t/3100294588/\\$File/97011301.pdf](http://www.czso.cz/csu/2013ediciplan.nsf/t/3100294588/$File/97011301.pdf)
- Český statistický úřad. *Domácnosti s přístupem k internetu*. [online]. 2014 [cit. 2014-04-12]. Dostupné z: [http://www.czso.cz/csu/2013ediciplan.nsf/t/31002945B7/\\$File/97011307.pdf](http://www.czso.cz/csu/2013ediciplan.nsf/t/31002945B7/$File/97011307.pdf)
- Děti a média: *Co znamená pojem televizní dítě?* [online]. 21.02.2015, poslední revize 10.05.2012 [cit. 2014-04-12].

Dostupné z: <http://www.detiamedia.cz/art/1446/co-znamena-pojem-televizni-dite.htm>

EU Kids Online šetření. *Klíčová zjištění*. [online]. 11.05.2013 [cit. 2014-04-12]. Dostupné z: [http://www.lse.ac.uk/media%40lse/research/EUKidsOnline/EU%20Kids%20II%20\(2009-11\)/EUKidsExecSummary/CzechExecSum.pdf](http://www.lse.ac.uk/media%40lse/research/EUKidsOnline/EU%20Kids%20II%20(2009-11)/EUKidsExecSummary/CzechExecSum.pdf)

Historie internetu v ČR. *Co je internet?* [online]. [cit. 2014-04-12]. Dostupné z: <http://www.imip.cz/historie-internetu-v-cr/>

Lidovky.cz, ČTK. *Fenomén Facebook*. [online]. 4.02.2014 [cit. 2014-04-12]. Dostupné z: http://www.lidovky.cz/fenomen-facebook-za-deset-let-existence-ziskal-pres-miliardu-uzivatelu-13h-/media.aspx?c=A140202_104625_In-media_hm

MALETÍNSKÝ, Václav. *Technika. Televize a její historie*. [online]. Časopis Formen [cit. 2014-04-12]. Dostupné z: <http://vtm.e15.cz/aktuality/televize-a-jeji-historie>

MEDIAGURU. *U dětí je stále televize nejoblíbenějším médiem*. [online]. 27.11.2013 [cit. 2014-04-12]. Dostupné z: http://www.mediaguru.cz/2013/11/u-deti-je-stale-nejoblibenejsim-mediem-televize/#.U0lq11V_s1m

MIHÁL, Vladimír. *Pediatric pro praxi. Dopad televize na vývoj dítěte*. [online]. 2012 [cit. 2014-04-12]. Dostupné z: <http://www.pediatricpropraxi.cz/pdfs/ped/2012/04/21.pdf>

Šance dětem. *Děti médiím rozumějí - ale jinak! Mediální výchova v rodině*. [online]. 31.10.2011, poslední revize 22.08.2013 [cit. 2014-04-13].

Dostupné z: <http://www.sancedetem.cz/srv/www/content/pub/cs/clanky/deti-mediim-rozumeji-ale-jinak-medialni-vychova-v-rodine-15.html>

Seznam příloh

Příloha č. 1: Vybavenost dětských pokojíčků

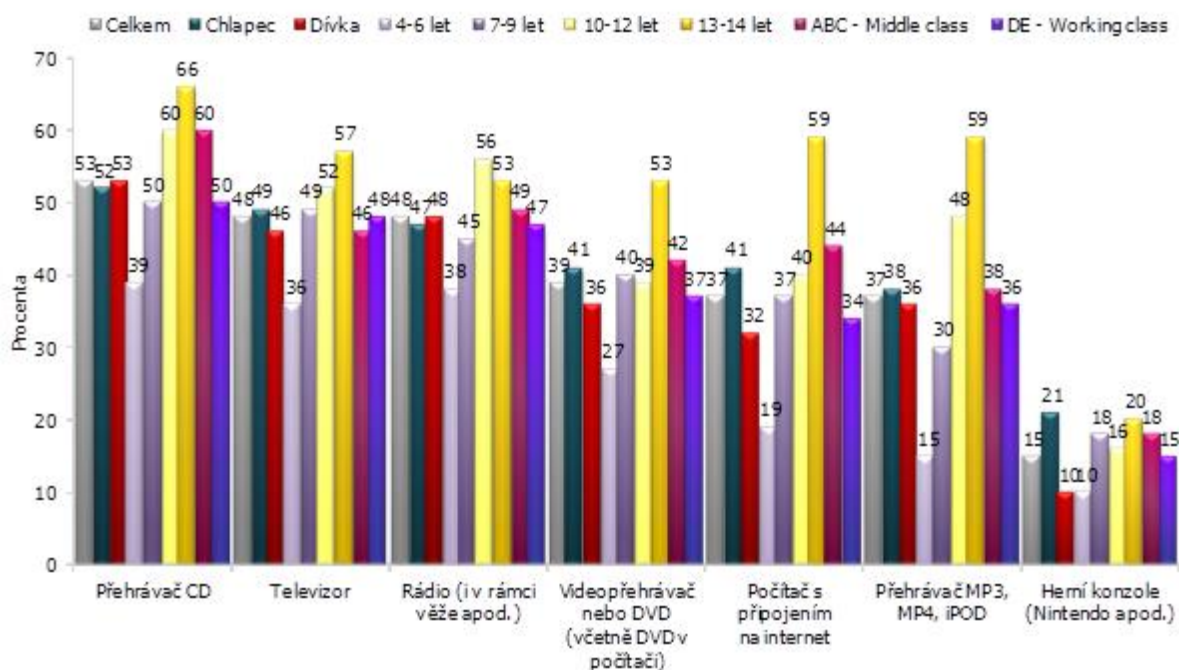
Příloha č. 2: Využívání různých internetových služeb

Příloha č. 3: Dotazník

Příloha č. 4: Domácnosti s počítačem, vývoj v letech 2007 až 2013

Příloha č. 5: Domácnosti s přístupem k internetu, vývoj v letech 2007 až 2013

Příloha č. 1: Vybavenost dětských pokojíčků

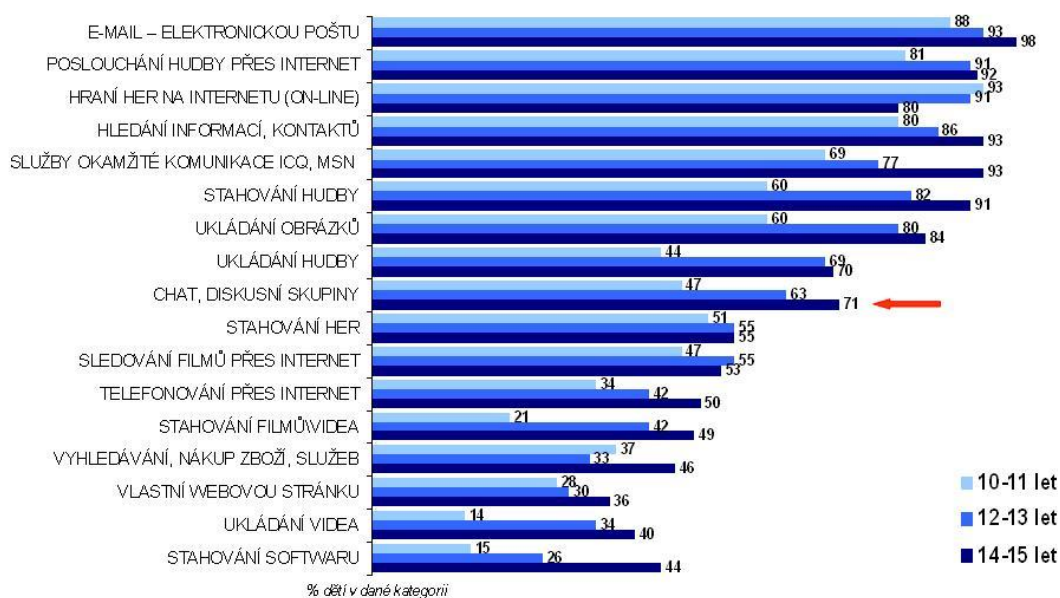


ZDROJ: Výzkum životního stylu dětí, ATO - MEDIARESEARCH ZÁKLAD: LSS Děti 2011 - děti, které mají vlastní pokoj, n = 649

Příloha č. 2: Využívání různých internetových služeb

Využívání různých Internetových služeb

71% dětí ve věku 14-15 let navštěvuje diskusní skupiny.



% dětí v dané kategorii

10-11 let
12-13 let
14-15 let

N=319

Příloha č. 3: Dotazník

Dobrý den,

jmenuji se Nikola Žánová, studuji na vysoké škole v Praze, obor sociální pedagogika. Chtěla bych Vás požádat o vyplnění tohoto dotazníku. Dotazník je anonymní, kde není nutné uvádět své jméno nebo se podepisovat. Svoji odpověď prosím zakroužkujte nebo postupujte podle instrukcí uvedených u dané otázky. Dotazník bude sloužit ke zpracování mé bakalářské práce, která se zabývá vlivem médií na děti a mládež.

1. Využíváš v mobilu internet:

- a) ano
- b) ne

2. Čemu dáváš přednost:

V tabulce označ odpověď číslicemi 1 až 5, kdy 1 – znamená největší přednost a 5 - nejmenší.

Televize	
Počítač	
Herní konzole	
Rádio, MP3, MP4	
Mobilní telefon	

3. Používáš při učení jako kulisu rádio, televizi?

- a) nikdy
- b) výjimečně
- c) občas
- d) často
- e) pravidelně

4. Ve všední den průměrně trávíš na internetu:

- a) méně než 1 hodinu
- b) 1 - 2 hodiny
- c) 2 - 3 hodiny
- d) 3 - 5 hodin
- e) více než 5 hodin
- f) spíše nesurfuji

5. O víkendu průměrně trávíš na internetu:

- a) méně než 1 hodinu
- b) 1 - 3 hodiny
- c) 3 - 5 hodin
- d) 5 - 8 hodin
- e) více než 8 hodin

11. O víkendu průměrně sleduješ TV:

- a) méně než 1 hodinu
- b) 1 - 3 hodiny
- c) 3 - 5 hodin
- d) 5 - 8 hodin
- e) více než 8 hodin

12. V televizi nejvíce sleduješ:

- a) seriály
- b) komedie
- c) sportovní pořady
- d) dokumentární pořady
- e) akční filmy
- f) přírodopisné pořady
- g) sci-fi
- h) zpravodajství
- i) jiné (uveď jaké):

13. Používáš doma, ve škole nebo mezi kamarády hlášky z filmů? Pokud si na nějakou vzpomeneš, můžeš uvést:

.....

14. Jaký je tvůj nejoblíbenější film, seriál, pořad (napíš max. 3):

.....

15. Stanovují ti rodiče, dobu strávenou na počítači:

- a) ano
- b) ne

16. Stanovují ti rodiče, dobu strávenou u televize:

- a) ano
- b) ne

6. Na internetu nejvíce:

- a) hrají hry
- b) poslouchám hudbu
- c) sleduji seriály, filmy
- d) jsem na facebooku
- e) jiné (uveď jaké):

7. Jaké stránky nejvíce na internetu navštěvuješ:

.....

8. Kde vyhledáváš na internetu informace:

- a) Google
- b) Seznam
- c) Wikipedie
- d) Jiné (uveď jaké):

9. Počítač vnímáš jako:

U následujících otázek odpověď označ X.

	Ano	Spíše ano	Spíše ne	Ne
Zábavu				
Zdroj informací				
Nástroj k hraní her				
Z nudy				
Zvyk				

10. Ve všední den průměrně sleduješ TV:

- a) méně než 1 hodinu
- b) 1 - 2 hodiny
- c) 2 - 3 hodiny
- d) 3 - 5 hodin
- e) více než 5 hodin
- f) spíše nesleduji

17. V kolik hodin chodíš spát:

- a) o víkendu
- b) v týdnu

18. Co nejvíce čteš:

- a) knihy
- b) časopisy
- c) noviny
- d) jiné (uveď):
- e) nečtu

19. Máš ve svém pokojíčku:

Můžeš označit více odpovědí.

- a) televizi
- b) počítač
- c) rádio
- d) DVD
- e) herní konzoli
- f) přehrávač MP3, MP4, iPOD

20. Jsi:

- a) dívka
- b) chlapec

21. Věk:

.....

22. Třída:

.....

23. Bydlíš:

- a) na vesnici
- b) ve městě

Děkuji za Váš čas věnovaný tomuto dotazníku.

Příloha č. 4: Domácnosti s počítačem, vývoj v letech 2007 až 2013

Tabulka 1: Domácnosti s počítačem, vývoj v letech 2007 až 2013

a) v tisících domácností

	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Celkem	1 678,0	2 059,5	2 334,7	2 442,4	2 656,3	2 783,9	2 896,6
Typ domácnosti							
domácnost bez dětí	982,1	1 258,7	1 471,1	1 503,1	1 671,9	1 764,5	1 798,5
domácnost s dětmi	696,0	800,8	863,6	939,3	984,4	1 019,4	1 098,1
Velikost obce							
do 1 999 obyvatel	.	.	577,8	615,0	685,0	696,8	755,9
2 000–9 999	.	.	450,8	463,3	503,7	582,1	565,0
10 000–49 999	.	.	475,1	500,7	530,8	554,9	621,9
50 000 a více	.	.	831,1	863,4	933,4	960,3	953,9
Příjmová skupina							
první (nejnižší) kvartil	.	.	186,4	198,3	245,2	242,0	301,4
druhý kvartil	.	.	539,5	499,9	473,5	502,3	490,9
třetí kvartil	.	.	840,7	754,7	853,2	904,8	909,9
čtvrtý (nejvyšší) kvartil	.	.	809,5	755,4	817,5	990,2	1 016,3

b) v procentech z celkového počtu domácností v dané skupině

	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Celkem	39,8	47,7	54,2	59,3	64,8	67,3	68,1
Typ domácnosti							
domácnost bez dětí	31,4	39,0	45,3	49,9	58,3	58,5	58,8
domácnost s dětmi	63,0	73,5	81,2	84,8	86,8	91,1	92,3
Velikost obce							
do 1 999 obyvatel	.	.	51,4	55,9	63,0	65,2	68,8
2 000–9 999	.	.	50,4	57,7	61,8	66,3	65,1
10 000–49 999	.	.	51,8	58,7	63,3	66,2	69,8
50 000 a více	.	.	60,5	63,3	68,8	70,3	70,2
Příjmová skupina							
první (nejnižší) kvartil	.	.	16,5	21,2	26,5	26,2	30,4
druhý kvartil	.	.	45,2	46,8	50,3	52,8	52,4
třetí kvartil	.	.	77,4	75,1	80,4	86,0	87,8
čtvrtý (nejvyšší) kvartil	.	.	91,3	91,8	93,7	94,8	95,5

¹⁾ Hodnota je procentem z celkového počtu domácností v dané skupině

Zdroj: Český statistický úřad, 2013

Příloha č. 5: Domácnosti s přístupem k internetu, vývoj v letech 2007 až 2013

Tabulka 7: Domácnosti s přístupem k internetu, vývoj v letech 2007 až 2013

a) v tisících domácností

	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Celkem	1 354,9	1 800,3	2 122,3	2 305,5	2 531,0	2 707,4	2 845,9
Typ domácnosti							
domácnost bez dětí	798,7	1 117,6	1 331,2	1 422,4	1 576,0	1 704,5	1 757,1
domácnost s dítětem	556,2	682,7	791,2	883,1	955,0	1 002,9	1 088,8
Velikost obce							
do 1 999 obyvatel	-	-	513,8	582,3	654,9	673,8	744,4
2 000-9 999	-	-	405,3	439,3	488,2	570,9	557,2
10 000-49 999	-	-	436,2	480,7	519,8	539,9	606,0
50 000 a více	-	-	767,0	803,1	865,2	922,7	938,3
Příjmová skupina							
první (nejnižší) kvartil	-	-	142,0	175,9	218,7	218,6	288,3
druhý kvartil	-	-	475,7	448,5	435,7	472,0	472,6
třetí kvartil	-	-	793,5	720,2	817,0	890,7	897,6
čtvrtý (nejvyšší) kvartil	-	-	571,1	735,5	804,0	980,8	1 009,6

b) v procentech z celkového počtu domácností v dané skupině

	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Celkem	32,0	41,7	49,2	56,0	61,7	65,4	67,0
Typ domácnosti							
domácnost bez dětí	25,5	34,6	41,0	47,2	53,1	56,5	57,4
domácnost s dítětem	50,4	62,6	74,4	79,8	84,2	89,6	91,5
Velikost obce							
do 1 999 obyvatel	-	-	45,7	53,0	60,3	63,0	65,6
2 000-9 999	-	-	45,3	54,7	59,9	65,0	64,2
10 000-49 999	-	-	47,5	56,4	62,0	64,4	68,0
50 000 a více	-	-	55,9	58,9	63,7	68,3	69,1
Příjmová skupina							
první (nejnižší) kvartil	-	-	12,6	18,8	23,7	23,6	29,0
druhý kvartil	-	-	39,9	42,0	45,3	49,7	50,5
třetí kvartil	-	-	72,3	71,7	77,0	84,7	86,4
čtvrtý (nejvyšší) kvartil	-	-	86,4	89,1	92,2	93,9	94,9

¹⁾ hodnota je procentem z celkového počtu domácností v dané skupině

Zdroj: Český statistický úřad, 2013