

ABSTRAKT

Bakalářská práce se zabývá problematikou vlivu televizní reklamy na hodnotový systém dětí mladšího školního věku v českém prostředí a v kontextu dnešní společnosti, která se vlivem infosféry a kyberkultury výrazně modifikuje. Vliv souvisí jak s nadměrným sledováním televize, tak i s využíváním ostatních digitálních video zařízení. Video reklama, zpravidla totožná s televizní, se zde objevuje také. Sledování televizního vysílání výrazně podporuje pasivní a konzumní životní styl. Proto je důležitá role rodičů, aby děti vedli k aktivitám a ke kritickému uvažování o jejich skutečných potřebách. Důležité je i pedagogické působení prostřednictvím mediální výchovy, která je stále opomíjena. Cílem práce je ověřit, zda a do jaké míry tento hodnotový systém prezentovaný reklamami děti přijímají za svůj, protože hodnotový systém člověka je směrodatný pro jeho vývoj.