

UNIVERZITA TOMÁŠE BATI VE ZLÍNĚ
FAKULTA HUMANITNÍCH STUDIÍ
Institut mezioborových studií Brno

Vliv médií na mladou generaci

BAKALÁŘSKÁ PRÁCE

Vedoucí bakalářské práce

PhDr. Ivan Nedoma

Vypracovala

Jana Střechová

Brno 2010

Prohlášení

Prohlašuji, že jsem bakalářskou práci na téma „Vliv médií na mladou generaci“ zpracovala samostatně a použila jsem literaturu uvedenou v seznamu použitých pramenů a literatury, který je součástí této bakalářské práce.

Elektronická a tištěná verze bakalářské práce jsou totožné.

Ve Velké Bíteši dne

.....

Jana Střechová

Poděkování

Děkuji panu PhDr. Ivanovi Nedomovi za velmi užitečnou metodickou pomoc, kterou mi poskytl při zpracování mé bakalářské práce.

Také bych chtěla poděkovat svému manželovi Petrovi za morální podporu a pomoc, kterou mi poskytl při zpracování mé bakalářské práce, a které si nesmírně vážím.

Obsah

Úvod	3
1. Co jsou to média	5
2. Mediologie.....	8
3. Média a společnost	10
4. Typy a druhy médií.....	13
4.1. Média tištěná	13
4.1.1. Noviny.....	14
4.1.2. Časopisy	16
4.1.3. Knihy.....	18
4.2. Média elektronická	22
4.2.1. Rozhlas	22
4.2.2. Televize	24
4.2.3. Počítač	27
4.2.4. Internet	29
5. Vliv médií.....	32
6. Negativní vliv médií	33
6.1. Negativní vliv počítačů a internetu.....	33
6.1.1. Závislost na počítači a internetu.....	34

6.1.2. Sociální sítě a chaty, kyberšikana	36
6.2. Negativní vliv televize a rádia	39
6.2.1. Negativní vliv rádia.....	39
6.2.2. Negativní vliv televize	40
6.2.2.1. Násilí v televizi	40
6.2.2.2. Sex v televizi	41
6.2.2.3. Vliv televizní reklamy	42
6. 3. Negativní vliv časopisů.....	43
6.4. Doporučení.....	46
7. Pozitivní vliv médií.....	49
8. Regulace médií.....	52
9. Podpora žádoucího chování ve vztahu k médiím – mediální výchova	55
Závěr	57
Resumé	58
Anotace.....	59
Klíčová slova.....	59
Annotation	59
Literatura a prameny	60
Přílohy	62

Úvod

V dnešní době už snad není nikdo, kdo by nebyl nějakým způsobem ovlivněn některým z médií. I když někdo nemá ve své domácnosti nějaký z výtobytků moderní technologie, s rádiem se může setkat v obchodech a nákupních střediscích, s televizí v restauracích (ale i obchodech), s počítačem například v práci.

Mediální komunikace, která zahrnuje čtení novin, časopisů, knih, sledování televize, poslech rádia a práci s internetem se stala nedílnou součástí našeho života. Některá média nás dokonce přímo „nutí“ pracovat s jinými médii. A to například, když se v televizním zpravodajství dozvídáme stručně o nějaké události, a jsme moderátorem nebo reportérem odkázáni na internet, kde najdeme bližší informace a podrobnosti. U některých zaměstnání se zase neobejdeme bez počítače nebo internetu.

Jelikož se média v naší společnosti stala nástrojem k šíření hodnot, norem a „správných názorů“, je tedy otázkou, do jaké míry nás média vlastně ovlivňují? A jaký vliv mají na mladou generaci, zejména děti, které nemají dostatek zkušeností, znalostí a dovedností, jak ovlivňují jejich život? Protože jsem sama matkou a své dítě chci vést k tomu, aby média správně využívalo, tuto otázku jsem si položila jako hlavní, nazvala jsem podle ní svou bakalářskou práci – „Vliv médií na mladou generaci“ a v literatuře jsem na ni hledala odpovědi.

V první kapitole nastiňuji, co to média vlastně jsou, jaká je jejich definice. V další, druhé kapitole, popisuji mladý obor mediologie, který se studiem médií zabývá. Třetí kapitola je věnována vztahu mezi médii společností.

Ve čtvrté kapitole představuji jednotlivá média, jejich vznik a vývoj a co nám v dnešní době mohou nabídnout. Pátá kapitola je o vlivu médií. Ten je podrobněji rozebírán v šesté kapitole – Negativní vliv médií a sedmé kapitole – Pozitivní vliv médií.

Osmá kapitola je věnována regulaci médií zákony, které se snaží předcházet negativním vlivům médií. V poslední, deváté kapitole, se věnuji mediální výchově, která se nyní vyučuje na základních a středních školách.

Záměrem mé práce je popsat média, jejich historii a fungování, a hlavně to, jak mohou média pozitivně a negativně ovlivňovat názory a chování mladých lidí, kteří jsou médií nejvíce ovlivňováni. Dalším cílem je popsat to, jak můžeme s dětmi a mládeží pracovat, aby se naučili vybírat, které knihy a časopisy budou číst, jaké pořady a filmy budou sledovat v televizi, jaké internetové stránky si budou prohlížet a co na internetu budou vyhledávat. A také jak je chránit před negativními dopady médií.

Při zpracování bakalářské práce jsem vycházela především z dostupné odborné literatury a dalších pramenů a vlastní zkušenosti.

1. Co jsou to média

Média a typ sociální komunikace, na jejíž realizaci se podílejí, představují stále významnější podobu společenského, kulturního, politického života.

„Pojem média rozhodně patří mezi nejpoužívanější pojmy současnosti. Sociologové, psychologové, novináři i politici o médiích mluví a píšou často v nejrůznějších souvislostech a významech. Mají tím na mysli především tisk, rozhlas, televizi, popř. média založená na digitálním zpracování a přenosu dat, která nesou nejasné označení „nová“. Význam pojmu média je však širší.

Ze slova „média“ je zřetelně patrný jeho původ. Vychází z latiny a znamená prostředek, prostředníka, zprostředkující činitel – tedy to, co něco zprostředkovává, zajišťuje. S výrazem či pojmem médium se tak můžeme setkat ve fyzice, chemii, biologii, výpočetní technice i teorii sociální komunikace. A právě obory, které se věnují různým projevům mezilidské, sociální komunikace, označují pojmem médium/média to, co zprostředkovává nějaké sdělení, tedy médium komunikační.“¹

V dnešní době je médium nejčastěji chápáno jako masově sdělovací prostředek, často zkráceně masmédiem.

I když slovo médium/média omezíme na oblast mezilidské, sociální komunikace, nelze přehlédnout, že může nabývat celé řady významů a že jej uživatelé také v řadě různých významů používají. Někdy jsou jím myšleny technologie, které zajišťují produkci, přenos a příjem sdělení, jindy se pod tímto výrazem skrývají lidé, kteří produkují mediální obsahy. Někdy se také za médium považují i kódy, které se při komunikaci používají, tedy i přirozený jazyk. Kódy lze považovat za primární komunikační média, za zprostředkovatele sdělení mezi účastníky komunikace.

S rozvojem lidské společnosti a civilizace rostla potřeba přenášet sdělení do větších vzdáleností, přenést je v co nejkratší době co největšímu počtu lidí či skupin a zaznamenat je tak, aby vydržela co nejdelší čas. Proto je možné sledovat i vývoj sekundárních médií, jimiž se lidé snažili překonat prostorovou a časovou omezenost

¹ Jiráček, J., Kopplová, B: Média a společnost, stručný úvod do studia médií a mediální komunikace, 1. Vydání, Praha, Portál 2003, ISBN 80-7178-697-7, s. 15-16

vysílaných sdělení. Obrázky, písmo, později tisk a nejrůznější prostředky mechanického, analogové či digitálního nahrávání, poslové, signalizace a nakonec i přenosové a vysílací techniky a počítačové komunikační sítě je možné považovat za prostředky snažící se o záznam a přenos sdělení.

Významnou linií v mezilidské komunikaci představuje hledání způsobu, postupu, jak sdělení vyrobit v co největším počtu kopií. Velkým zlomem v hledání nové technologie byl vynález knihtisku.

DeFleur a Ball-Rookeach se pokusili roztrždit vývoj lidské komunikace podle způsobu komunikace, který v daném období převažoval. Rozlišili pět základních etap ve vývoji lidské komunikace:

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

Tyto epochy nepředstavují střídání jednotlivých způsobů komunikace, ale jejich přidávání ke stávajícím komunikačním možnostem uživatelů. V každé další epoše se tak v nejrůznější podobě a nejrůznější funkci uchovávají média z epoch předcházejících.

Média, která slouží celospolečenské komunikaci, tedy komunikaci mezi jedním výchozím bodem a vysokým počtem cílových bodů se označují jako masová. Jejich podstatným rysem je to, že nepodporují vysílání a přijímání sdělení na obou stranách, ale svou podstatou staví jednoho účastníka do role vysílatele a druhého do role příjemce. Příjemce – početné skupiny lidí, kteří mají navzájem slabé nebo žádné sociální vazby, většinou se neznají, tvoří tedy „masu“ .

Tato média vytvářejí nové sociální vazby ve společnosti, utvrzují skupinovou identitu a pomáhají jedinci najít jeho (domněle či skutečně) místo mezi ostatními ve společnosti.

Média, masová média (zejména noviny, televize a rozhlas) mají v moderní společnosti zásadní a stále rostoucí význam.

„Média jsou:

- zdrojem moci – potencionálním prostředkem vlivu, ovládní a prosazování inovací ve společnosti, pramenem informací životně důležitých pro fungování většiny společenských institucí a základním nástrojem jejich přenosu,
- prostředím (či arénou), kde se na národní i mezinárodní úrovni odehrává celá řada událostí z oblasti veřejného života,
- významným zdrojem výkladů sociální reality a představ o ní, proto jsou média také místem, kde jsou konstruovány, ukládány a nejviditelněji vyjadřovány změny v kultuře a hodnotách společnosti a skupin,
- primárním klíčem ke slávě a k postavení známé osobnosti, stejně jako k účinnému vystupování na veřejnosti,
- zdrojem uspořádaných a veřejně sdílených významových soustav, které empiricky i hodnotově vymezují, co je normální, odchylky jsou pak signalizovány a poměřovány tím, co je považováno za veřejně akceptovatelnou podobu normality.“²

Média jsou též prostředek zábavy a určují nejběžnější způsoby trávení volného času, který také pomáhají organizovat. Výsledkem je skutečnost, že představují největší a stále se rozšiřující průmyslové odvětví, které nabízí mnoho pracovních příležitostí a bohatou škálu potencionálních ekonomických zisků.

Média a informační technologie jsou skutečně mocným nástrojem, který působí na jedince. Na druhé straně je zde ale možnost jedince se svobodně rozhodovat a úspěšně vzdorovat jejich působení.

Média se podílí na socializaci jedince, jeho včlenění do společnosti. Mají vliv zejména na děti a mládež, které ještě nemají utvořené postoje a názory na život. Utvářejí a formují to, co se dítě nebo mladý člověk dozvídá o světě, a mohou tak být hlavním zdrojem myšlenek a názorů, které se k němu dostávají.

² Mc Quall, Denis: Úvod do teorie masových médií, 1. Vydání, Praha, Portál 1999, ISBN 80-7178-200-9, s. 21.

Kulturními institucemi, které by měly rozvíjet umělecké, duchovní i jiné znalosti dětí a dospívající mládeže jsou veřejnoprávní média.

2. Mediologie

V průběhu 20. století se začalo výrazně diferencovat zkoumání jednotlivých typů médií a komunikace. Zvláště studium masových médií a masové komunikace se dostalo do středu zájmu několika oborů a postupem času se začalo ustanovovat v disciplínu vlastní.

Studiem médií se zabývá mediologie, která dnes představuje mladou, ale samostatnou disciplínu, vnitřně uspořádanou do celé škály doplňujících se, ale odlišných směrů.

Zájem o média se váže především na jejich případný dopad (rolí, vliv) ve společnosti. Tato oblast je snad nejatraktivnější. Zájem o média povzbuzuje například potřeba zkoumat, jak se média podílejí na vytváření (nebo naopak degeneraci) veřejné sféry, jak působí na jednotlivé sociální skupiny (děti, mládež, méně vzdělané vrstvy, mocenské elity), jak mohou ovlivňovat chování velkých celků (mas) a nakolik se podílejí na kvalitě života celé společnosti (na stabilitě, kultuře společnosti, na mezilidských vztazích, trávení volného času, úrovni jazykového vyjadřování apod.)

Mediální studia se začala ustanovovat na základech nabídnutých teorií masové komunikace a s přispěním kulturních studií a kulturní antropologie jako tematicky vymezený multidisciplinární obor.

„Mediální studia se mimo jiné snaží hledat a nabídnout dostatek poznatků proto, aby mohly aplikované disciplíny (například mediální pedagogika) vyvíjet metodiku vedoucí k osvojení kritického odstupu především od těch typů sdělení, jež jsou stylizována jako objektivizující výpovědi o skutečnosti, tedy od zpravodajství, případně publicistiky, dále od těch typů sdělení, které mají výrazně persvazivní charakter, zvláště od komerční a politické reklamy, a konečně od sdělení se zřetelně zábavním zaměřením, tedy od časopisů životního stylu, akčních filmů s výrazným akcentem na násilné projevy apod. Mediální studia například přispěla k rozkrytí některých mechanismů, jež

stojí za produkcí řady běžně mediovaných sdělení. Zprávy jsou vybírány a zařazovány podle rutinních kritérií, tzv. zpravodajských hodnot. Zpracování zpráv je podřízeno rozlišitelným potřebám, například jednoznačnosti, příběhovosti apod. Reklamní sdělení si vytvářejí svébytnou komunikační strategii, v níž často asociují nabízený produkt (komerční výrobek, stejně jako politický program) s nějakou obecně platnou hodnotou či pozitivně vnímaným životním stylem, přičemž argumentace kvalitou nabízeného produktu je mnohdy neurčitá.“³

V České (tehdy Československé) republice začalo studium médií přibližně ve stejnou dobu a na stejné platformě jako ve světě. Již na přelomu dvacátých a třicátých let někteří brněnští sociologové (zvl. A. I. Bláha) uvažují v časopise *Duch novin* o nutnosti rozvoje oboru, pro který razili název „novinověda“ (označení pochází z německého *Zeitungswissenschaft*), který se opírá o vědomí významu tisku pro veřejnost.

Na ustavování této vědy se podílela celá řada osobností jako například Karel Hoch, Alfred Fuchs nebo Oskar Butter.

Příspěvkem ke studiu tisku byly i studie a soupisy tisku, které pocházely od knihovníků (např. František Náhlavský). Literární historik Arne Novák do svých dějin české literatury podchytil vývoj literárního časopisectva a pečlivě zaznamenal publicistické a novinářské působení literárně činných osobností.

Po druhé světové válce a proměně společenského zřízení se sociologii a společenským vědám nedařilo, a tak se slibně započatá tradice studia médií nemohla dále rozvíjet. Místo ní se od sedmdesátých let začala ustavovat teorie žurnalistiky sledující především potenciál médií a žurnalistiky jako podpory stávajícího režimu. Až v devadesátých letech 20. století bylo možné navázat na meziválečnou tradici a rozvíjející se světový kontext teorie masové komunikace a mediálních studií.

Nyní v České republice působí celá řada výzkumných a pedagogických institucí (například Institut komunikačních studií a žurnalistiky) a institucí uchovávajících dokumentační materiál sloužící k výzkumu vývoje médií (pro periodický tisk je to třeba Národní knihovna České republiky nebo Moravská zemská knihovna v Brně, pro film je to Národní filmový archiv, pro rozhlas Archiv Českého rozhlasu a pro televizi Archiv České televize.

³ Jirák, J.: Úvod do problematiky médií, článek na www.rvp.cz, sekce Mediální výchova, 5. 5. 2006

3. Média a společnost

Tím, jak se moderní masová média vyvíjela, vynořila se řada různých představ o jejich fungování, postavení, roli i dopadu na jednotlivce a společnost.

Stejně jako v 19. století, tak i dnes, vyvolávají média naděje, že jsou spásným nástrojem při řešení společenských problémů, tak i obavy, co mohou netušeného a děsivého svým jednáním vyvolat.

Jak již bylo konstatováno v první kapitole, médium/média je pojem, který označuje něco, co někomu něco zprostředkovává. Podstatou jednání média je tedy zprostředkování, respektive mediace.

Mediací můžeme označit proces zprostředkování nějakého společensky akceptovaného poznání a kulturních hodnot prostřednictvím nějaké instituce, která toto poznání předkládá publiku. Takovým činitelem mohou být jak masová média, tak např. škola.

„Média jsou považována za prostředníky komunikace mezi jednotlivými skupinami, vrstvami či třídami v moderní společnosti, popř. za prostředníky nabízející příslušníkům žijícím v určité společnosti představu o tom, jak je tato společnost uspořádána a jaké je v ní rozložení sil a odpovědnosti. A právě rozdílné představy o povaze mediace realizované za účasti masových médií jsou nepochybně zdrojem jak (často přepjatých) nadějí, tak (někdy přehnaných) obav. Při posuzování jakéhokoli procesu zprostředkování je totiž podstatné, jak je tento proces nahlížen a jak je chápána role a postavení prostředníka – v případě mediální komunikace role médií. Zprostředkovat ovšem lze i nějaké sdělení, tedy dostat se jako spojovací článek mezi něco „skutečného“ (ať je to hádka v rodině, dopravní nehoda, filmové představení, nebo přírodní rezervace) a svědectví o této zkušenosti nabídnout (čili vlastní zkušenost zprostředkovat) těm, kteří neměli možnost „být při tom“. Podobně je možné zprostředkovat i něco „fiktivního“, vytvořeného člověkem či lidmi – od anekdoty u hospodského stolu po filmové drama v televizním vysílání.“⁴

Každý prostředník vtiskuje procesu mediace určitý ráz. Ten je dán, do jisté míry, povahou zprostředkovatele (jeho organizací, zaměřením, technologií, kulturním

⁴ Jirák, J., Kopplová, B.: Masová média, 1. vydání, Praha, Portál, 2009, ISBN 978-80-7367-466-3, s. 92 - 93

statusem a postavením na trhu v případě masových médií), ale také je určen pravidly, která platí pro situaci, v níž se pohybuje, platí, a cíli, které sleduje. Pravidla určující proces mediace, který je zajišťován médii, tak zřejmá a známá nejsou.

Masová média podávají svědectví o světě, s nímž jejich konzumenti nemají nebo nemusí mít zkušenost (např. zpravodajství nebo publicistika), přesvědčují o výhodnosti nebo správnosti určitého chování (reklama, ale i nepřímo ve zpravodajství, zábavě nebo dramatu) a o platnosti hodnot a norem a jako vyjednavací umožňující vyjasnění názorů a stanovisek (diskusní pořady). Mimo to své příjemce baví, mohou je poučovat, vzdělávat apod.

Z funkcionalistického hlediska se médiím přisuzují při podpoře kontinuity a řádu tyto společenské funkce:

1. Formování – poskytují informace o událostech a podmínkách života, jakož i o platném rozdělení moci a uspořádání mocenských vztahů, a usnadňování přizpůsobování na změny podporou inovací a pokroku,
2. Socializace – vysvětlují a komentují význam událostí, společenských vztahů a informací spolu s podporou ustálených autorit a společenských norem, dále vytváření konsensu a nastolování posloupnosti priorit,
3. Kontinuita – podporují převládající kulturní vzorce, včetně objevování subkultur a nových směrů ve vývoji kultury,
4. Zábava – nabízí napětí, rozptýlení či pobavení, jsou prostředkem uvolnění a zdroje oslabování společenského napětí,
5. Získávání – agitují pro společensky významné cíle (např. v politické sféře, ekonomii či ekologii – záleží na dominantní hodnotové orientaci společnosti).

Mediální procesy se neustále rozvíjí a košatí, díky mediální komunikaci máme k dispozici stále bohatší zdroje informací, které se stále a téměř bez časové prodlevy nabízejí po celém světě.

Média mají obrovskou moc podílet se na podobě kulturního prostředí, ve kterém se pohybujeme. Masová média strukturují naši každodenní zkušenost tak, že jsou součástí prostředí, ve kterém se pohybujeme a nabízejí nespočet nejrůznějších mediálních textů (billboardy, reklamy na zastávkách, nádražích).

Díky tomu, že jsou masová média schopná nabídnout svá sdělení velkému počtu příjemců (sdělení, která slouží k identifikaci, zaplnění volného času, nabízejí zábavu a uvolnění) byla a jsou považována za důležitou a nenahraditelnou podmínku rozvoje masové kultury. Současně jsou ale pro tuto schopnost kritizována, protože jejich působením se oslabují tradiční kulturní projevy a masovým charakterem výroby materiálních sdělení se potlačují estetické nároky elitně umělecky zpracovaných děl a podporuje se spotřeba masově produkovaného, unifikovaného zboží.

„Představa masové společnosti je nepochybně spjata s masovými médii a do jisté míry se problematizuje s nástupem síťových médií. Zjevná stádnost v nekritickém obdivu k filmovým hvězdám (počínající ji v éře němého filmu zbožňováním herců, jako byl Rodolfo Valentino či Douglas Fairbanks), zkušenost s davovou hysterií Hitlerových projevů, svědectví o milionech diváků čekajících před televizními obrazovkami na další pokračování seriálu, to vše jako by vzalo za své s proniknutím osobního počítače do domácnosti a nástupem internetu. Individualizovaná – a do jisté míry spotřebitelem řízená – spotřeba mediálních produktů vedla v první fázi k úvahám o tom, že masové společnosti, byla-li kdy jaká, je odzvoněno. Do technologického prostoru internetu však vtrhla spotřeba, reklama a marketing a koneckonců i davové chování přičítané právě masové společnosti – jak dokládá mobilizační potenciál sociálních sítí.“⁵

Každé médium v sobě zahrnuje užívání určitých technologií a současně je jejich užíváním utvářeno. Média mají současně postavení společenské instituce, což znamená, že mají vliv na iniciování, posilování nebo formování společenských vztahů. A média se podílejí na utváření kulturního prostředí.

⁵ Jirák, J., Kopplová, B.: Masová média, 1. vydání, Praha, Portál, 2009, ISBN 978-80-7367-466-3, s. 101

4. Typy a druhy médií

Média je možné třídit do různých kategorií, podle řady faktorů. Jedním z těchto faktorů je například kanál, který se používá pro komunikaci, tedy technologický postup, který komunikaci daným médiem zprostředkovává. Takové kanály mohou být povahy tištěné (knihy, letáky, billboardy, noviny, časopisy), elektronické (rozhlas, televize), popř. chemické – u filmu.

Jiným možným dělením je například dělit je na horká média (např. rozhlas, film) a chladná média (např. noviny). Horká média působí intenzivněji na člověka, jeho emoce a jeho smysly. Spolupůsobí nejen mluvené slovo a obraz, ale i zvuky a hudba. Chladná média přinášejí zase více informací, jsou zpravidla uchovatelná a rytmus přijímání si volí příjemce sám.

Ve své práci používat dělení na média tištěná a elektronická.

4.1. Média tištěná

Tištěná média mají několikasetletou tradici. První pokusy tisku se objevují v Číně v 11.století, a ve 13.století v Koreji. Jako materiál se v Číně používal porcelán, v Koreji kovová litá písmena vložená do dřevěného rámu.

Zásadní byl ale až vynález knihtisku. Johannes Gutenberg (vlastním jménem Johannes Gensefleisch zur Laden), který pocházel z Mohuče vynalezl pomocí pohyblivých písmen tisk. V roce 1452 začal s tiskem Bible, dokončil je za tři roky. Bibli vytiskl Gutenberg v latině, má 1200 stránek a náklad se pohyboval mezi 180-200 výtisky.

Jeho vynález výrazně přispěl k utváření národních kultur a národních jazyků, protože až s vynálezem knihtisku bylo možné mechanicky zhotovovat identické texty a rozšiřovat je mezi lid.

Technologie tisku se pomalu zdokonalovala. Podstatného vylepšení se dočkal na konci 18.století, kdy se chod tiskařského lisu zrychlil, roku 1812 byl pak v Anglii patentován válcový rychlolis, který se stal základem pro všechny následující druhy rychlolisů. Zdrojem energie pro pohyb lisu byla lidská síla, která byla postupně

nahrazena párou a elektřinou. Nároky na rychlý tisk vedly k vynálezu rotačky, zdokonalené používání nekončícího pásu papíru. Měnila se i příprava stránek do tisku, sázení stránek (vkládání liter do rámu, který představuje stránku) nahradil sázečí stroj. V poslední třetině 20.století převládly ve výrobě tisku počítače. Díky digitalizaci je stránku možné připravit v digitální podobě a to včetně fotografií a grafických prvků a elektronicky odeslat do tiskárny.

Mezi tištěná média patří noviny, časopisy a knihy.

V České republice, respektive v bývalém Československu byla před rokem 1989 většina tiskovin v rukách státu, strany, která dohlížela na jejich obsah.

Velkého boomu se tiskoviny dočkaly po roce 1990, stoupl jejich počet a také se změnil obsah. To, čím se jedinci – dospívající mládež nechají ovlivnit, záleží zejména na tom, zda si mezi nimi dokážou správně vybrat. Velký vliv má rodina, vrstevníci – ti totiž inspirují mladého člověka při výběru nejvíce.

4.1.1. Noviny

Základ pro vydávání novin byl položen vynálezem knihtisku. Do té doby existovali noviny ručně psané. První vydal římský konzul Gaius Julius Caesar pod názvem Acta diurna. Nejdříve noviny informovaly jen o jednáních veřejných institucí a byly zaměřeny čistě zpravodajsky. Až za císaře Augusta se staly i propagačním prostředkem. Rozmnožovány byly opisováním. První tištěné noviny na světě vyšly v roce 1609. V zemích českých začal noviny vydávat tiskař a nakladatel Karel František Rosenmuller v roce 1719.

„Noviny byly svým způsobem mnohem větší inovací než tištěná kniha, i když to tehdy nemuselo být nijak patrné – šlo o nalezení nové literární, sociální a kulturní formy. Jejich zvláštnost ve srovnání s jinými podobami kulturní komunikace tkví v jejich individualismu a orientaci na realitu, v užítkovosti, světskosti a v celkové schopnosti vyhovět potřebám nové třídy: řemeslníkům a obchodníkům bydlicím ve městech. Jejich novost nespočívá v technologii či způsobu distribuce, nýbrž v tom, že

slouží jedné významné třídě v měnícím se a stále liberálnější společensko-politickém klimatu.“⁶

S nástupem moderních společností a rozvojem průmyslové výroby vyvstala otázka, jak šířit poznatky nutné k orientaci ve stále složitější společenské situaci. Technologické možnosti tisku měly najednou velký společenský význam – od plakátků a letáků vedla cesta k prvním novinám a dalším médiím.

Noviny, které byly původně určeny ke skupinové komunikaci například mezi obchodníky, stoupenci jedné politické ideje, nebo mezi vědci se v průběhu 19. století staly pro stále větší a větší počet lidí zdrojem sdělení o událostech, zážitcích a zkušenostech obecnější povahy. Výsledkem bylo, že se objevily početné skupiny možných čtenářů, kterým bylo možné nabídnout ve velkém množství přijatelné obsahy. Úroveň nabízených obsahů musela odpovídat tomu, že tito čtenáři sice uměli číst, ale jejich vzdělání nebylo na vysoké úrovni.

Tisk se tak stal prvním skutečně masovým médiem.

Vedle sebe se tak rozvíjely dva typy periodik: na jedné straně tradiční seriózní listy, které se obracely na vzdělané čtenáře z vyšších vrstev, na druhé straně masové tituly, které se vyznačovaly podstatně vyššími náklady, odlišnou skladbou obsahu a byly určeny čtenářům z nižších středních a nižších vrstev, věnovaly se více populárním tématům a přizpůsobily jim i politické zpravodajství a analýzu politického dění. Pro masový tisk byla typická i nižší prodejní cena. V 19. století se pro tento tisk v USA a Velké Británii vžil pojem „penny press“, v českých zemích „šestákový tisk (někdy i krejcarový). Jsou to pojmy evokující levnost a jsou odvozené od nejmenší mince, za kterou se listy prodávaly.

Kromě těchto dvou druhů tisku se začal šířit i stranický tisk – tisk politických stran (například v Německu byl roku 1848 založen Nationalzeitung, který vystoupil s liberálním programem, italský Il Risorgimento propagoval sjednocení země).

Rozvoj tisku vedl k velkým změnám v komunikaci. Z tradice posílů, potulných zpěváků, knihtiskařů, poštmistrů se postupně vytvářela nová skupina lidí, kteří se soustředili jen na shromažďování, třídění, zpracování a nabízení zpráv. Položilo to základy moderní profese – žurnalistiky.

⁶Mc Quall, Denis: Úvod do teorie masových médií, 1. Vydání, Praha, Portál 1999, ISBN 80-7178-200-9, S. 34

Noviny jsou periodické tiskoviny, vycházející v krátkých intervalech (většina z nich vychází denně, vyjma nedělí a státních svátků). Jejich hlavním účelem je zprostředkovat aktuální zprávy z nejrůznějších oblastí, především pak z politiky, ekonomiky, zábavy, kultury, společnosti a sportu. Existují dva typy – deníky (denní tisk) a týdeníky. Na jejich financování přispívá reklama.

Bulvární noviny (termín, který se vžil v Česku, je odvozen od francouzského modelu listů prodávaných na bulvárech v Paříži) jsou nereseriozní noviny, které nedodržují etická pravidla, a podbízejí se vkusu nenáročných čtenářů. Neobsahují mnoho textu, ale zato lákají velkými barevnými fotografiemi, jejichž hlavním cílem je připoutat pozornost. Titulní stranu tvoří vždy nějaký titulek, jehož cílem je zaujmout a přesvědčit ke koupi. Je důležité, aby zpráva byla senzační, překvapující a skandální.

Cena bulvárního tisku je mnohdy nižší než u seriozních novin.

Bulvární tisk může u mládeže ohrožovat morální stránku a náhled na opravdový život. Pokud již mladí lidé čtou tyto tiskoviny, měl by je vychovatel (rodič, učitel) upozornit na to, že takové „zaručené“ zprávy musí brát s rezervou.

Tištěné noviny, které by psaly vyloženě pro děti a mládež na našem trhu nejsou. Některé z novin, nebo jejich magazínů, však nabízí dětské stránky, kde můžeme najít různé křížovky, hádanky, spojovačky, soutěže. Studenti mohou psát do Mladé Fronty Dnes, která jim nabízí stránku „Studenti píší noviny“, kde mohou publikovat svoje články, názory.

4.1.2. Časopisy

Časopis je publikace vycházející v určité periodicitě (týdeníky, čtrnáctideníky, měsíčníky, čtvrtletníky, nebo dokonce nepravidelně vycházející), svým obsahem zaměřený na určitou úzkou cílovou skupinu čtenářů.

Je to jakási meziforma mezi novinami a knihou – je aktuálnější než kniha, ale ne tak aktuální jako noviny.

Dají se rozdělit do několika skupin – časopisy pro děti (Mateřídouška, Čtyřlístek,...), časopisy pro mládež (Bravo, Popcorn), časopisy pro dívky (Bravo Girl!, Dívka, CosmoGirl!,...), časopisy pro ženy (Žena a život, Marianne, ...), časopisy pro

muže (Maxim, ...), časopisy o počítačích (Jak na počítač, Score, ...), hobby časopisy (DRN, Receptář,...), společenské a lifestyle časopisy (InTouch, Spy, ...), vědecké, filmové či literární časopisy, a mnoho dalších skupin.

Jednotlivé skupiny časopisů se od sebe liší grafickým designem, jazykem, kterým jsou psány, obsahem, způsobem výkladu.

Navzdory velkému vlivu internetu a televize se v naší republice časopisy těší velké oblibě. Časopis Květy vychází už 175let. Založil jej Josef Kajetán Tyl, a přispívali do něj takoví literáti jako například Vítězslav Hálek, Božena Němcová a Jan Neruda.

Dětské časopisy jsou velmi populární a mají dlouholetou tradici (například časopis Mateřídouška vychází od roku 1945, Sluníčko vychází již více než 40let). Oblíbené jsou také mutace zahraničních dětských časopisů – například časopis Kačer Donald. Populární jsou i periodika zabývající se určitou tematikou – časopis Barbie, Lokomotiva Tomáš, Spider – man, a další.

Dětské časopisy kromě čtení (kreslené příběhy – komiksy, pohádky, povídky) přinášejí také hádanky, hlavolamy, vystřihovánky, anglické stránky, které učí nová slovíčka a mnoho dalších aktivit. Jejich úkolem je především rozvíjet představivost, jazykovou stránku a logické uvažování.

Časopisů pro mládež je na českém trhu také nepřeberné množství. Mezi chlapci a děvčaty je stále velmi populární časopis Bravo, který u nás vychází od roku 1991 a jak sám na svých internetových stránkách tvrdí, je nejčtenějším časopisem pro mladé a inzerce v něm zasahuje téměř každého teenagera v České republice. „Čtenáři ve věku 11 – 16 let si Bravo kupují kvůli nejžhavějším informacím ze showbyznysu, rozhovorům s jejich idoly, poutavým reportážím, novinkám z oblasti módy, sportu, techniky, internetu a mobilní komunikace, atraktivním posterům, hitparádám, filmovým tipům a mnoha dalším zajímavostem, které hýbou jejich světem. Bravo je časopis, který mladé čtenáře nejen informuje, ale také jim pomáhá zvládat problémy spojené s dospíváním v rámci poradny Láska, sex a trápení. V celkovém počtu čtenářů jsou zastoupeni nejvíce čtrnáctiletí (35% chlapců, 65% dívek) převážně z větších měst do 100 000 obyvatel“.⁷

⁷ www.bauermedia.cz, časopis Bravo

U dívek jsou populární časopisy jako Dívka, BravoGirl! a další. U této skupiny je také vidět největší vliv časopisů. Časopis se jim snaží nahradit co nejvíce rodiče, které nemají pro pubertální dívku dost pochopení a tak se stylizují do role rádkyně, nejlepší kamarádky. Chápu, že je nezajímá učení a uklízení, ale opačné pohlaví, móda a jejich vzhled. Dívkám tak jsou nenápadně podsunovány cizí postoje a názory. Je zde patrný módní diktát a vliv reklamy. Více se vlivem těchto časopisů zabývám v kapitolách Negativní vliv médií a Pozitivní vliv médií.

Mladým lidem je určen například časopis InTouch. „Tento čtrnáctideník je určen mladým lidem ve věku 20 – 35 let, kteří se zajímají o světový showbusiness. Časopis se skládá ze tří hlavních bloků, a to Stars, News a Lifestyle. Stars přináší žhavé příběhy ze života celebrit dokumentované skvělými fotografiemi. Na rozdíl od jiných titulů se hvězdám nevěnujeme jednorázově, ale jejich kauzy mapujeme dlouhodobě. V rubrice News najdete zábavné momentky, které dokazují, že i slavní žijí normální životy jako my. Lifestyle je plný tipů, trendů a dobrých nápadů, jak svůj vzhled a šatník vypilovat ve stylu hollywoodských hvězd.“⁸ I zde je cítit snaha časopisu ovlivnit názory a postoje mladé generace.

4.1.3. Knihy

Knihy je jedním z nejstarších prostředků pro uchování informací. Je to sešitý nebo slepený svazek listů, popsaný, potištěný s vazbou a opatřený přebalem.

Dnes se můžeme setkat i s elektronickou knihou – knihou publikovanou v elektronické podobě.

Po objevu písma starověkými civilizacemi byly informace zapisovány na hliněné destičky nebo pergamenové svitky, v této době se také objevují první knihovny pro jejich skladování (např. slavná Alexandrijská knihovna). Za vůbec první literární památku se pokládá Epos o Gilgamešovi.

Než byl objeven knihtisk, byly všechny knihy psány ručně. To z nich činilo drahé a vzácné zboží, ve středověku si je tak mohly dovolit jen univerzity, církve

⁸ www.bauermedia.cz, časopis InTouch

a bohatí. Nejdříve byly knihy na našem území psány latinsky nebo staroslověninou. Až ve středověku začaly být knihy psány v češtině. Významným počinem bylo vydání Bible kralické – první kompletní překlad Bible do češtiny. Generace národních buditelů se „postarala“ o to, že v češtině vycházelo mnoho knih a byla tak vytlačována němčina (po bitvě na Bílé Hoře byla čeština považována za umírající jazyk). Po první světové válce vycházelo mnoho českých knih, velmi populární byla v té době proletářská poezie, objevuje se historická beletrie a katolická literatura. Po druhé světové válce literáti navazovali na předválečnou literaturu. Brzy však přišel rok 1948 a s ním i tvrdá cenzura, založení Svazu československých spisovatelů a vzor v sovětské literatuře. Spisovatelé, kteří v této době nemohli publikovat, psali takzvaně „do šuplíku“. K částečnému uvolnění došlo v šedesátých letech minulého století, kdy začaly vycházet knihy spisovatelů, kteří nesměli publikovat, ale také překlady některých zahraničních děl. Po srpnu 1968 opět začalo docházet k cenzuře. V zahraničí vycházela tzv. exilová literatura spisovatelů, kteří emigrovali.

K uvolnění a návratu k „normálu“ došlo až po roce 1989.

Stejně jako časopisy můžeme knihy dělit do několika kategorií podle žánru na cestopisy, divadelní hry, dobrodružnou literaturu, encyklopedie, fantasy, historická díla, knihy pro děti a mládež, nebo na novely, náboženská literární díla, odbornou literaturu, poezii, povídky, přírodovědná literární díla, romány, rukopisy, science-fiction.

U literatury pro děti a mládež rozlišujeme intencionální literaturu pro děti, která je psaná přímo pro dětského čtenáře a neintencionální literaturu pro děti, která byla původně napsaná pro dospělé, ale dnes ji čtou i děti. To je příklad knih Verneho, bratří Grimmů, Andersena, Maye a dalších.

Knihy pro děti a mládež zastupují pohádky (jejich základním motivem je většinou souboj dobra se zlem, zlo bývá poraženo, napraveno, záměrem je poučení a pobavení čtenáře) oblíbené jsou ty od Boženy Němcové, Karla Čapka, Václava Čtvrťky, Karla Jaromíra Erbena, Ondřeje Sekory a spousty dalších, mnoho z nich se dočkalo dokonce filmového zpracování, povídky ze života dětí (stále oblíbené Děti z Bullerbynu od Astrid Lindgrenové, ale i další její knihy třeba o Pipi Dlouhé Punčoše, či Ronja, dcera loupežníka, z českých autorů děti čtou příběhy Věry Řeháčkové), příběhy z přírody, dobrodružné příběhy (knihy Karla Maye, ale i dnes velmi populární

Harry Potter a jeho příběhy), dívčí romány (asi nejčtenější autorkou je dnes Lenka Lanczová, která vydala již více než 40 knih, oblíbený je také Stanislav Rudolf).

Knih pro děti a mládež je velké množství. Problémem ale je, že české děti nečtou, jak si stěžuje mnoho učitelů. Nebo čtou, ale jen velmi málo.

Zajímavým projektem na podporu čtení knih v České republice je projekt „Rosteme s knihou“. Projekt je zaměřený na získávání kladného vztahu k literatuře a knihám by měl novým a zajímavým způsobem oslovit zejména předškolní a školní mládež. Klade si za cíl rozvíjet a prohlubovat literární vzdělání a čtenářskou vyspělost, zlepšovat a obohacovat komunikační schopnosti a obecně kulturní znalosti mladých lidí. Propagační kampaň byla zahájena Občanským sdružením Svaz českých knihkupců a nakladatelů a jeho společností Svět knihy, s.r.o. na veletrhu Svět knihy Brno 2005. Obsahovou náplní projektu jsou mediální pořady a spoty zaměřené na literaturu pro děti a mládež a výchovu ke čtenářství, zábavně naučné pořady, soutěže a akce, metodické semináře pro učitele, rodiče a odbornou veřejnost, interaktivní internetový portál oznamující jednotlivé akce, zapojení dětských oddělení regionálních a městských knihoven, knihkupectví v jednotlivých městech a webových serverů určených dětem a jejich rodičům.

Přivést dítě ke knize je totiž velmi důležité pro další rozvíjení a celoživotní vzdělávání.

Podle některých výzkumů odvádí děti od potřeby navštěvovat knihovnu, číst knihy či texty v klasické tištěné podobě přílišná závislost na výpočetní technice.

Rodina může stimulovat volnočasové aktivity dítěte a přivést jej tak ke knize. Důležitou roli při utváření čtenářských návyků hraje ale škola – u dětí, které nemají kvalitní rodinné čtenářské zázemí, je škola hlavním aktérem v této oblasti.

Dalším projektem, který by měl podpořit to, aby české děti více četli je „Celé Česko čte dětem“. Tento projekt vznikl proto, aby si společnost uvědomila, jak velký význam pro emocionální vývoj a pro formování návyku si číst v dospělosti má pravidelné čtení dítěti.

„Vědci a praktikové shodně tvrdí, že pravidelné hlasité předčítání učí dítě jazyku a myšlení, rozvíjí jeho paměť a obrazotvornost, obohacuje ho o vědomosti a vzorce morálního chování, posiluje jeho sebevědomí. Právě proto je společné čtení vítanou formou moudrého kontaktu s dítětem a vynikající výchovnou metodou. Pravidelné

předčítání v přátelské atmosféře je spolehlivý a účinný způsob, jak se může čtení stát pro dítě stejně přitažlivým, či dokonce ještě přitažlivějším než televize. Právě to je ta správná cesta, jak dát dítěti pocítit jeho důležitost, projevit mu svou lásku, nenásilně rozvíjet jeho jazykové dovednosti a všeobecné vědomosti a formovat jeho vlastní návyk a potřebu si číst s chutí rovněž v dospělosti.“⁹

Ke zpřístupnění knihovních jednotek veřejnosti slouží knihovny. Návštěvníkům poskytují služby spojené s knihami a časopisy (četba, půjčování, možnost výpůjčky z jiné knihovny, ...).

První knihovnou na českém území byla knihovna v Břevnovském klášteře. Po vynálezu knihtisku dochází k vytváření velkého množství knihoven patřící různým šlechtickým a měšťanským rodinám. Když v 18. Století nastává období rušení velkého množství klášterů a jejich knihoven, začínají vznikat knihovny veřejné. Ty zůstaly dodnes, zpřístupňují čtenářům především beletrii a populárně naučnou literaturu. Kromě nich ale existují ještě knihovny vědecké, poskytující literaturu z vědeckých oborů a knihovny úzce se zaměřující na poskytování služeb určité instituci (parlamentní knihovna, knihovna Akademie věd České republiky).

Mezi významné knihovny v České republice patří Národní knihovna České republiky, Knihovna Strahovského kláštera, Moravská zemská knihovna v Brně, Vědecká knihovna v Olomouci.

Knihy pro děti by měly rozvíjet jejich fantazii, slovní zásobu a zlepšovat gramatické znalosti.

⁹ www.celeceskoctedetem.cz, O projektu

4.2. Média elektronická

Lidstvu se během dvou století (19. a 20.) podařilo vymyslet a uskutečnit záznam a přenos zvukových a obrazových informací v nebývalém objemu a rychlosti přenosu. Mediální technologie přispěly ke zcela novému vnímání časoprostoru a zásadním způsobem vstoupily do prostředí praktické lidské existence.

Životaschopnost společnosti je stále ve větší míře založena na přístupu k informacím a na jejich využití. Novým trendem je konvergence dosud oddělených oblastí tištěných médií, telekomunikací, elektronických audiovizuálních médií a počítačových sítí do jediného systému informačních služeb. Díky digitalizaci je možné jedním informačním kanálem přenášet obrovské množství kombinovaných informací textových, zvukových a obrazových.

Významnou vlastností elektronických médií je větší stupeň interaktivity, tedy možnost příjemce se aktivněji podílet na podobě mediálního produktu nebo na výběru z nabídky a větší schopnost produktu reagovat na požadavky uživatele.

4.2.1. Rozhlas

Rozhlas je telekomunikační zařízení pro přenos zvuku na dálku. První rozhlasové vysílání v dějinách provedl kanadský elektrotechnik R. A. Fessenden v roce 1906 – vysílal rozhlasový koncert. V Pittsburghu bylo dva roky po první světové válce zahájeno pravidelné rozhlasové vysílání první komerční rozhlasové stanice na světě – KDKA. V téže době se také v roce 1921 odehrál první sportovní rozhlasový přenos boxerského utkání. A v roce 1922 byla založena rozhlasová společnost BBC (British Broadcasting Company), která měla v programu sloužit svým vysíláním široké veřejnosti. Rychle pak následovaly stanice v dalších státech. Rozšiřování postupovalo rychle a tak v průběhu několika desetiletí v západních zemích téměř každý dospělý člověk vlastnil jeden rozhlasový přijímač.

Československý rozhlas „Radiojournal“ začal vysílat 18. května 1923 ve Kbelích. Zpočátku se vysílání potýkalo s finančními obtížemi. V roce 1925 vstoupil do

společnosti Radiojournal stát, který umožnil další rozšíření programové nabídky. Velkou popularitu si rozhlas získal, když vysílal první sportovní reportáž v Evropě – fotbalové utkání Slavie a Hungarie v roce 1926. Léta 1939 – 1945 a 1948 – 1989 znamenala cenzuru ve vysílání, ta se uvolnila až po roce 1989. Před tímto rokem vysílalo do Československa několik západních stanic jako například Rádio Svobodná Evropa nebo BBC, ale protože byly pro mnoho lidí zdrojem cenných necenzurovaných informací, byl jejich signál rušen rušičkami.

V roce 1992 vstoupily na trh soukromé stanice.

V současné době tak působí v České republice řada soukromých stanic, z nichž řada je pouze regionálních (například Rádio Vysočina), několik stanic má licenci na celoplošné vysílání (Impuls, Frekvence 1) a samozřejmě Český rozhlas. Můžeme si naladit i Rádio Proglas, což je nezisková křesťanská stanice.

Český rozhlas (veřejnoprávní rozhlasová stanice) z pořadů pro děti a mládež nabízí na stanici Praha „Hajaju“ – obdoba Večerníčku v televizi a ve všední dny ještě pořad Domino – magazín pro holky a kluky, kteří umějí poslouchat. V sobotu nabízí napínavé rozhlasové hry se známými herci a v neděli nejrůznější pohádková vyprávění.

Pro mládež může být zajímavá speciální stanice Českého rozhlasu – Radio Wave. „Radio Wave je speciální stanice Českého rozhlasu určená především aktivním mladým lidem, kteří se zajímají o aktuální dění jak u nás, tak i ve světě. Zaměřujeme se na posluchače, kteří hledají něco nekomerčního a netradičního, zajímají se o muziku, její jednotlivé žánry a její nové trendy. Kvalitní muzika je pro nás zkrátka neodmyslitelná součást života. Nezapomínáme ani na aktivní sportovce. Přinášíme informace o adrenalinových a alternativních sportech. Věnujeme se vědě, novým technologiím, módě a publicistice. Playlist Radia Wave tvoří především indie kytary, postrock, nu folk, elektro, kvalitní pop a alternativní hip-hop.“¹⁰

4,1% vysílání pro děti a mládež nabízí rádio Proglas. Jsou to pořady Barvínek, Rozhlasové městečko, Pohádka a Proglaso.

Podle tiskové zprávy agentury Mediaresearch (realizovala na přelomu června a července netpanel omnibusový výzkum na reprezentativním vzorku dětí ve věku 4 – 14 let z internetových domácností – takové, kde se nejméně jednou měsíčně někdo připojuje odkudkoli na internet ČR) z 11. srpna 2009 má většina dětí ve svém pokoji

¹⁰ www.rozhlas.cz/radiowave/about

k dispozici rádio a cd přehrávač. Z těchto dětí poslouchá denně pětina dětí rádio a více než dvě pětiny jej poslouchají několikrát týdně. Projevuje se zde i skutečnost, že se jedná o internetové domácnosti, rádio na internetu si alespoň jednou měsíčně poslechne pětina dětí.

Samotné slovo „rozhlas“ vymyslel v roce 1924 redaktor Národních listů Durdil. Do té doby se používaly pojmy „radio“ a „broadcasting“.

4.2.2. Televize

Slovem televize můžeme označit dnes hned několik významů. Označujeme jím techniku, která podobně jako rozhlas přenáší signály na dálku jakémukoli počtu příjemců v širokém prostoru. Přenáší nejen zvuk, ale i pohyblivé obrazy. Slovem televize můžeme označit také televizní stanici, která pořady pořizuje, skládá do programu a vysílá je. Tímto slovem označujeme také oblast tvorby této technologie.

Fyzikové přemýšleli o postupech přenosu obrazu z vysílače k příjemcům pomocí elektrického signálu o určitém kmitočtu od počátku 20. století. Prvních hmatatelných výsledků bylo dosaženo ve dvacátých letech 20. století, kdy vznikly prakticky použitelné systémy elektromechanické televize a v Londýně předvedli J. L. Baird a C. F. Jenkins první veřejné televizní vysílání. V témže desetiletí se v Anglii a USA začala připravovat výroba televizních přijímačů.

Slovo televize pochází z řeckého „tele“ – daleko a latinského „vize“ – vidět.

Fyzikové ve Francii, Německu, Sovětském svazu, ale i u nás, v Československu (hlavním strůjcem výzkumů byl fyzik Jaroslav Šafránek) se dále zabývali televizním přenosem.

Jaroslav Šafránek se pokoušel spolu se svými spolupracovníky sestavit vlastní televizní přijímač.

V roce 1936 bylo ve Velké Británii zahájeno první pravidelné vysílání BBC. Byla to první televizní stanice ve světě. V padesátých letech bylo vyvinuto barevné vysílání a magnetický záznam obrazu. Od šedesátých let se budovala kabelová televize.

Masové rozšíření televize znamenalo svým způsobem významný posun ve vývoji masových médií. Televizí se totiž dostala masová média přímo do domácností –

do rodiny. Obsah televizního vysílání byl zpočátku chudý a zřetelně vycházel z rozhlasových pořadů. Časem však přibývalo filmů, televizních kanálů, zpravodajství, přímých přenosů atd.

Jak jsem již napsala i v Československu začala dělat televize první krůčky před druhou světovou válkou. Ale válka všechny výzkumy přerušila. Po válce byl výzkum obnoven. První pokusné vysílání se konalo 23. 3. 1948 v Tanvaldu, kde skupina vědců Vojenského technického ústavu uskutečnila ukázkou pro veřejnost.

Zkušební televizní vysílání ze Studia Praha v Měšťanské Besedě bylo zahájeno 1. 5. 1953 a od února 1954 bylo prohlášeno za pravidelné. Nejprve vysílala televize pouze 3 dny v týdnu (v létě jen 2), později čtyři dny a od prosince 1958 vysílala televize své pořady celý týden. Prvním přímým přenosem bylo v únoru 1955 hokejové utkání ČSR – IF Leksand ze Zimního stadionu v Praze. Od května 1970 vysílání Čs. Televize obohatil druhý program. Na něm bylo v květnu 1973 zahájeno pravidelné barevné vysílání. Na prvním programu se ho diváci dočkali o dva roky později.

Do roku 1989 podléhalo vysílání cenzuře. Z podřízení ÚV KSČ se vysílání Československé televize vymanilo v listopadu 1989.

V současné době vysílá v České republice několik televizních stanic. Dělíme je na veřejnoprávní a komerční.

Komerční televize jsou podnikatelskými subjekty, na našem území vysílá několik stanic. Některé celoplošně (Nova, Prima, Tv Barrandov a další), jiné jsou regionální (R1). Veřejnoprávní televize má sloužit jako instituce dbající o kulturní a národní identitu, její vysílání je umožněno na celém území, snaží se zaměřovat na všechny diváky. Není pro zisk a měla by být nezávislá, poskytovat všestranné a objektivní informace.

Česká televize, která je u nás právě tou veřejnoprávní televizí, letos (rok 2010) inzeruje, že počítá s dětmi ve svém programu. Každý všední den odpoledne nabízí škálu pořadů pro děti a mládež (Kouzelná školka, Tykadlo, Věda je zábava, Věříš si?, Záhady Toma Wizarada, Hrůzostrašný dějepis), o víkendu jsou to ranní pořady (v sobotu například Sezame, pojď si hrát a pohádky), podvečerní filmy pro děti a mládež a nově i Dějiny udatného českého národa, v neděli jsou to opět ranní pořady pro děti a pohádka po poledni. Každý den samozřejmě Večerníček.

Ostatní televize tolik dětských pořadů nenabízejí. Televize nova ve všední dny nabízí dětem jakýsi „raníček“ v pořadu Snídaně s novou, odpoledne vysílá seriály pro mládež, nyní například Smallville. O víkendech v ranních hodinách nabízí animované seriály pro děti. Prima je na tom obdobně. Tv Barrandov nabízí dětem o víkendu v podvečer hodinu animovaných seriálů. Kultovní seriál pro mládež Simpsonovi můžeme sledovat nejen na ČT, ale i na Prima Cool. Ta se orientuje na zábavu a adrenalinové zážitky. Nabízí seriály jako Futurama, Angel, Teorie velkého třesku (všechny velmi oblíbené mezi mladými lidmi), ale i zajímavosti ze světa vědy podávané netradiční formou – Brainiac: Šílená věda a nebo pořad o rychlých autech v netradičních situacích – Top Gear.

Mladí lidé (zejména dospívající mládež ve věku 12 – 19 let a mladí lidé ve věku do 39 let) jsou diváky hudební televize Óčko. Je to první česká tematická televize se zaměřením na hudbu a moderní lifestyle.

Vyloženě pro děti – předškolního a školního věku vysílá kreslené a animované seriály Minimax. Cílem Minimaxu, který je humánně založeným kanálem, je kromě poskytování dobré zábavy i nenásilná výchova a vzdělávání.

Rodiče či vychovatelé by měli sledovat, které pořady si jejich děti vybírají, ale i to, kolik času denně, týdně, stráví před televizí. Mnoho lidí používá televizi jako kulisu, často také k zabavení dětí.

Televizní pořady pro děti bychom měli vybírat s velkou opatrností. Sice jsou poměrně nevinné, ale přesto je v nich násilí. Pro starší děti autoři postupně „přítvrdí“, a tím si vytvoří budoucí diváky, kteří budou chtít sledovat takové pořady.

4.2.3. Počítač

Počítač je zařízení, které zpracovává data pomocí předem vytvořeného programu.

Vývoj počítače je velmi dlouhý a plný vynálezů, které se postupně zlepšovali až do dnešní podoby, proto zde zmiňuji jen některé vynálezy a inovace, které jsou klíčové.

Za nejstarší předchůdce počítače je považován abakus, počítací pomůcka založená na systému korálků, které na tyčkách či žlábcích kloužou nahoru a dolů (vypadal jako počítadlo, které známe z dětských let). Abakus se objevil před pěti tisíci lety v Malé Asii a odtud se rozšířil na východ. Později se objevuje v Řecku a Římě.

Počítač v dnešním slova smyslu představil Charles Babbage. V roce 1833 předvedl švédské akademii návrh stroje na řešení diferenciálních rovnic. Kdyby byl tento návrh realizován, byl by stroj velký jako lokomotiva. Potom jeho pozornost upoutala myšlenka vytvořit stroj, který by měl univerzální uplatnění a jehož využití by nebylo omezeno jen určitou oblastí. Pod názvem analytický stroj tak začal vznikat všeobecně použitelný počítač, pracující na mechanické bázi, který zaznamenal naprostý převrat a který předurčil základní rysy moderních výpočetních systémů. Tento stroj ale nebyl nikdy plně realizován.

První generace počítačů byly „šity“ na objednávku, přesně podle toho, jaký úkol měl počítač plnit. Neexistoval žádný software, který by byl sjednocený, ale každý počítač měl svůj vlastní program zakódovaný ve strojovém kódu, který byl uložen na přenosných médiích. Programování proto bylo velice obtížné. Počítač mohla používat vždy jen jedna osoba. Vstupy a výstupy byly prováděny pomocí děrných štítků a papírové pásky. Tyto počítače měly ohromné rozměry. A byly také relativně nespolehlivé.

V lednu 1943 H. H. Aiken a jeho spolupracovníci na Harvardské univerzitě uvedli do provozu známý programovatelný elektromechanický kalkulátor ASCC Mark I. Měřil téměř 16 metrů a vážil 5 tun. Celý projekt financovala firma IBM, která tento projekt chápala jako demonstraci svých technických možností. Počítač byl dále zdokonalován.

Eniac (Electronic Numerator, Integrator, Analyzer and Computer), byl prvním počítačem, který pracoval podobně jako dnešní počítače. Vážil kolem 30 tun a zabíral obrovskou plochu a měl velmi vysokou spotřebu elektrické energie.

Eniac byl inspirací pro počítač MANIAC (Mathematical Analyser Numerical Integrator And Computer), který byl použit k matematickým výpočtům popisujícím fyzikální děje a byl využit i k vývoji jaderné bomby.

Prvním sériově vyráběným komerčním počítačem byl Univac, který byl zkonstruován tvůrci počítače Eniac. Mohl si ho koupit kdokoli, kdo na něj měl.

Počítače IBM 360 s různým výkonem mohly pracovat jak s pevnou, tak také proměnnou délkou dat. Znamenaly skutečný průlom počítačů do praktického a komerčního využití a vyráběly se v tisícových sériích. Řada 360 byla napodobována i jinými výrobci, v komunistických zemích se od roku 1969 vyráběly pod označením EC resp. JSEP.

Díky této řadě počítačů roku 1967 angličan Norman Kitz sestavil první elektrický osobní počítač. Tím byla otevřena cesta ke stavbě malých výkonných počítačů. S vynálezem systému LED tu byl k dispozici i pro malé počítače využitelný způsob „displeje“, který se stal brzy běžným i u kapesních kalkulačů.

Vznikly čipy, mikroprocesory, počítačové hry, procesor Intel, nové programovací jazyky, uživatelská grafická rozhraní.

V osmdesátých letech se zvýšila spolehlivost, zmenšily rozměry, zvýšila rychlost a kapacita pamětí. Nastává ústup střediskových počítačů ve prospěch pracovních stanic.

Roku 1981 byl uveden osobní počítač IBM PC. Osobní počítače jsou vybaveny centrální výpočetní jednotkou, klávesnicí a monitorem. Mají možnost připojení na tiskárnu. Přichází éra systému DOS a vznikají grafická uživatelská rozhraní. Počítače nacházejí stále větší uplatnění v kancelářích. Vzniká internet, disketa. Systém MS DOS byl nahrazen v devadesátých letech systémem Windows.

Vznikají procesory Intel Pentium, Mobil Celeron, počítačová grafika s trojrozměrným zobrazením, data se zapisují na cd, flashdisky.

Prvním počítačem vyrobeným v Československu, byl SAPO (Samočinný Počítač), uveden do provozu v roce 1957. Byl instalován v budově Ústavu matematických strojů na Loretánském náměstí. Tři roky po jeho spuštění shořel.

V roce 1965 byl uveden počítač MSP. Znamé byly i počítače řad JSEP a SMEP vyvíjené od roku 1969 a 1974 členy RVHP.

Počítače jsou v současné době neustále na vzestupu. Jsou součástí našich životů (řídí dopravu – světelnou signalizaci, řídí provoz v továrnách, jsou v autech, „operují“, ...), mnoho lidí v zaměstnání se bez nich neobejde.

V současné době je velmi důležitá počítačová gramotnost (soubor znalostí, schopností a dovedností, které umožňují využívat počítačové technologie pro profesní a osobní život). Mladé lidi práce na počítači baví a tím je může motivovat k práci a učení. Jsou s počítači spojeni delší dobu, někdy jsou počítači obklopeni již od velmi útlého věku.

Podle výzkumné zprávy agentury Mediasearch, kterou uvádím v příloze, má 98% dětí ve věku 4 – 14 let má počítač s připojením na internet doma, z toho 34% má počítač ve svém pokoji.

Rodiče by měli velmi pozorně sledovat, k čemu jejich dítě počítač využívá, kolik času u něj tráví. Existují dokonce i aplikace, které zaznamenávají a analyzují aktivitu u počítače. Odhalí tak, ve kterém programu se děti pohybují nejčastěji, na které internetové stránky tráví nejvíce času, s kým si nejvíce chatují apod.

4.2.4. Internet

S počítači souvisí i internet. Internet jsou volně propojené počítačové sítě, které jsou spojovány síťovými uzly. Slovo internet, které bylo poprvé použito v roce 1987, je složenina dvou slov – „inter“ – mezi a „net“ – síť.

Za počátek internetu je považováno datum 29. 11. 1969, kdyby byly v USA propojeny počítače čtyř různých univerzit. Tato síť se jmenovala Arpanet.

U nás, v České republice se historie internetu začala psát 13. 2. 1992, kdy na pražské ČVUT došlo k oficiálnímu připojení k internetu.

K internetu se uživatelé připojují přes poskytovatele připojení (tzv. providery), kteří provozují páteřní síť internetu. Je možné se připojit pomocí telefonní linky (ADSL), bezdrátovým připojením (WiFi, WiMAX, toto připojení je možné na různých místech – v obchodních střediscích, na úřadech, dokonce i v autobusech), mobilním telefonem, kabelovou televizí, satelitním způsobem (to je velmi nákladný způsob), nebo vytáčením připojením po telefonní lince pomocí modemu (dial – up). Každý počítač připojený k internetu má svoji IP adresu (číselnou, např. 209.85.129.147 nebo slovní, například www.google.cz).

Pomocí internetu můžeme využívat mnoho služeb, jako třeba e-mail (elektronická pošta), telefonování, www (World Wide Web, tato služba umožňuje prohlížení a přenos internetových stránek), chaty a diskuse, elektronické bankovníctví a obchodování, sledování televize, poslech rádia, čtení novin a časopisů, objednávání a rezervování různých služeb (ubytování, přihlašování na různé akce), registrace do různých sdružení a spolků. Můžeme se dozvědět, jaké je kde počasí, jaká je situace v dopravě, podívat se do map, slovníků, hrát hry.

Na internetu se lze připojovat na různé sociální sítě. Jejich prostřednictvím se na internetu sdružují lidé, kteří by se jinak fyzicky nemohli setkat, nebo jsou od sebe příliš vzdálení. V současné době jsou v České republice velmi populární facebook (Zde má uživatel svůj profil, kde o sobě napíše informace jako třeba věk, zaměstnání či škola, koníčky, co se mu líbí, s kým by se chtěl přátelit. Může psát statusy – jakési sdělení, co právě dělá, jaké má trápení, problém, co se mu povedlo, ... Pomocí této sítě může vyhledat své spolužáky, přátele, které dlouho neviděl, přátele, kteří jsou třeba v zahraničí. Může komentovat jejich fotky a statusy. Psát si s nimi zprávy, chatovat, hrát různé hry. Můžete se dokonce přidávat do různých skupin, které s něčím nebo někým sympatizují, jsou proti něčemu nebo někomu, fandí nějakému sportu, filmu, jídlu, ročnímu období, zájmu, ... Firmy využívají této sítě pro svou vlastní reklamu, k uvedení svých nových výrobků. Dnes existuje v téměř sedmdesáti jazykových verzích a počet uživatelů překročil 400 milionů.), lide.cz (Uživatel zde má opět svůj profil, může se seznamovat, chatovat, diskutovat, hrát hry), libimseti.cz (zábavní portál, kde má uživatel svůj vlastní profil, fotoalba, může využívat chat a e-mail, jsou zde klubové akce, soutěže).

Dalšími populárními sociálními sítěmi jsou Myspace (ta je jednou z nejpokulárnějších sítí na světě. Podle jejich mnohých uživatelů je nedostižná

v možnostech sdílení multimediálního obsahu. Kvůli skvělému sdílení hudby a videa využívají této sítě především umělecky založení lidé a svá díla po ní šíří i profesionálové. Sít patří mediálnímu magnátovi Rupertovi Murdochovi.) a twitter (ta je populární například mezi americkými celebritami, řada z nich má na této síti profil).

Existují ale i profesní sociální sítě. Jejich služeb využívají uchazeči o lukrativní zaměstnanecké pozice a personalisté. Uživatelé zaměstnavatelům neposílají své CV, ale pouze odkaz na svůj profil. Jednou z takových sítí je LinkedIn.

Předností internetu je jeho rychlost, informační dostupnost, možnost jednoduše přádávat a kopírovat data, interaktivnost. Informační dostupnost sebou ale přináší také zahlcení příjemců, proto mnoho informací přecházíme nebo si je alespoň zjednodušujeme.

Internet nemá žádného vlastníka, nikomu nepatří. Nemá jednoznačně danou strukturu ani není významně regulován.

Stejně jako u televize nebo počítače, by měli rodiče pečlivě sledovat, jednak kolik času děti a mladí lidé tráví na internetu, ale hlavně to, jaké stránky vyhledávají, s kým se na sociálních sítích přátelí, s kým si píšou na chatech a diskusích. Měli by s nimi hovořit o tom, co všechno na internetu mohou najít, jaké informace, internetové stránky a služby jsou pro ně vhodné a hlavně jaká nebezpečí na internetu hrozí.

Internet je plný všemožných stránek s různým zaměřením. Ale existují i speciální stránky pro děti (například www.alik.cz – internetový dětský portál pro děti do 13 let, který zaručuje nezávadností jím vytvořeného obsahu nebo www.ezavinac.cz – internetový časopis pro děti a mladé lidi) nebo mládež (třeba www.teenage.cz – server nejen pro mladé).

5. Vliv médií

„Zájem odborné i laické veřejnosti o fungování médií, ustavování samostatného oboru, který se studiu médií věnuje, úsilí zákonodárců o regulaci mediální komunikace, snahy politiků o proniknutí do médií a lobbistů o ovlivnění médií, stejně jako nakupování reklamní plochy a vysílajícího času inzerenty či boj občanských aktivit proti nadměrnému násilí a samoučelnému zobrazování sexu v médiích, to vše je založeno na přesvědčení, že média mají významný dopad na jednotlivce i na společnost, že ovlivňují chování, postoje či názory jedinců, že mohou jako prostředek osvěty rozšiřovat obzory poznání, vzdělávat, pomáhat v politickém (a snad i spotřebitelském) rozhodování, ovlivňovat životní styl (a tím i zdraví), ale také děsit, vyvolávat napětí, navádět ke společensky nežádoucímu jednání či uvádět v omyl, že mohou posilovat i ohrožovat stabilitu společnosti, podporovat nebo naopak brzdit společenské změny všeho druhu, od změn strukturních po technologické inovace, že mohou přesvědčovat i manipulovat. Zájem odborníků z řady společenských vědních oborů i představitelů nejrůznějších společenských skupin o média je založen na předpokladu, že média působí na jednotlivce i společnost, že mají nějaký významný a identifikovatelný vliv, resp. řadu možných, konkretizovatelných vlivů.“¹¹

Média působí na čtyřech různých úrovních zároveň: jako společenská instituce, jako organizační mašinérie, jako způsob umístění obsahu na scéně a také jako prostor, kde příjemci nabývají zkušeností.

Účinků médií je mnoho a velmi se od sebe liší. Účinky mohou být krátkodobé nebo dlouhodobé, zjevné nebo skryté, silné nebo slabé. Mohou se projevovat na hodnotách, postojích, dovednostech, vkusu, chování a úrovni informovanosti.

„Média mohou podporovat hodnoty považované danou společností za pozitivní (vzdělání, úctu ke starším, úspěch dosažený poctivým jednáním apod.), ale mohou tyto hodnoty také zpochybňovat a přehlížet, nebo dokonce podporovat hodnoty považované v témže prostředí za negativní (bezohledné sebeprosazení, násilné řešení konfliktů). Je zřejmé, že více pozornosti asi přitahují potencionálně negativní důsledky působení médií na jednotlivce a společnost, ať jsou obavy z nich podložené nebo nikoli“¹²

¹¹ Jiráček, J., Kopplová, B.: Masová média, 1. vydání, Praha, Portál, 2009, ISBN 978-80-7367-466-3, s 321

¹² Jiráček, J., Kopplová, B.: Masová média, 1. vydání, Praha, Portál, 2009, ISBN 978-80-7367-466-3, s 333

Obecně nejovlivnitelnější skupinou diváků, posluchačů a čtenářů jsou právě děti a mládež. Děti, které nemají vlastní zkušenost a nemají možnost srovnání informací, jsou jednoduchý cíl obchodu se zbožím, kulturou, s postoji a jejich sny. K dospívajícím zase média nachází cestu přes jejich sebevědomí, potřebu oblíbenosti a přes touhu najít své místo mezi vrstevníky.

6. Negativní vliv médií

Jak již bylo výše napsáno, pokud se hovoří o nějakém vlivu médií, hovoří se spíše o negativním vlivu. O tom, že děti a mladí lidé tráví spoustu času u televize, počítače a internetu, místo aby trávili čas venku, sportováním nebo jinými koníčky – například kreativní tvorbou, hrou na hudební nástroj nebo dalším aktivitami.

S médii se děti a mládež setkávají v rodině, škole a ve volném čase, jehož využívání média významně ovlivnila. Pomocí médií získávají již od útlého věku zprostředkované informace o světě dospělých i vrstevníků, rozvíjejí své zájmy, zažívají radost, dobrodružství a chvíle napětí.

6.1. Negativní vliv počítačů a internetu

Mnoho dětí a mladých lidí má k dispozici svůj vlastní počítač. Většinou s připojením na internet.

6.1.1. Závislost na počítači a internetu

Na počítači lze velmi rychle získat závislost. Tato závislost bývá ale často podceňována a rodiče jí často ani nepoznají, protože se nejedná o fyzickou, ale psychickou závislost. Mezi příznaky patří stavy podobné transu při hraní hry, vzpírání se rodičovským zákazům hraní, neschopnost dodržovat časový limit určený pro tuto činnost. Mezi další příznaky patří méně vykonané práce, pocit prázdnoty, když není jedinec u počítače, ztráta kontroly nad časem stráveným u počítače, ponocování nebo brzké vstávání k počítači, neklid a nervozita, když nemůže delší dobu hrát, přemýšlení o počítači, když ho zrovna nepoužívá, lhaní o své závislosti, hraní kvůli úniku od osobních problémů, zanedbávání učení, narušené vztahy s rodinou a opouštění dřívějších zájmů a přátel. Rodiče a vychovatelé by měli sledovat, jaké hry děti hrají (existují i hry, které umožňují rozvíjet logiku, postřeh, orientaci ve složité situaci, koncentraci, plánování), stanovovat limity, kdy může dítě hrát a kdy ne, podporovat dítě a mladého člověka v jiných zájmech, předcházet tomu, aby se dítě nudilo a posilovat zdravé sebevědomí dítěte.

Na internetu si děti a mladí lidé vyhledávají informace, posílají emaily, chatují, registrují se v různých sociálních sítích, připojují do skupin, které je zajímají, chatují a samozřejmě hrají hry. Pokud nemají počítač doma, mají možnost využívat je ve školách (různé kroužky informatiky, nebo využívání počítačů o přestávkách), družinách, školních klubech a střediscích volného času, v práci.

V časopise Instinkt byl uveřejněn článek s titulem „Život začíná připojením“, který je o závislosti na hrách na internetu. Petr Janda, kterému je 30 let, přišel o práci, jeho manželství procházelo krizí a nechoval se ani jako příkladný otec svého ročního syna. Ale dosáhl osmdesátého nejvyššího levelu jako gnome mág za Alianci v on-line počítačové hře World of Warcraft, což pro něj bylo nejdůležitější. *„Ze začátku jsem hrál ve všední den pět až sedm hodin denně, o víkendu patnáct. Časem byla jediným důvodem, proč vstát od počítače, už jen potřeba se najíst nebo si dojít na záchod. Slyšel jsem o někom, kdo si dokonce vzal k počítači plastovou láhev místo nočníku, ale tak daleko jsem nezašel,“*¹³ říká Petr s černým humorem. Počítačová hra World of Warcraft podle Instinktu zaznamenává u nás v Čechách prudký nárůst popularity a ve světě ji hraje 13 milionů lidí. V těchto hrách můžete definovat svoji postavičku – avatara,

¹³ Bočanová, S.: Život začíná připojením, Instinkt, 2010, 4, s. 18 - 23

vybrat jeho rasu, přiřadit mu povolání a přizpůsobit jeho fyzický vzhled vlastnímu vkusu. Až pak může hráč vstoupit do celého virtuálního světa, kde si zejména zabíjením nepřátel a plněním různých úkolů vylepšuje svou úroveň.

„Přestože ve společnosti panuje obecná představa, že počítačové hry hrají hlavně děti a adolescenti, průměrný věk hráčů MMORPG (on line hry na hrdiny o více hráčích) se pohybuje kolem 26 – 30 let a přes 50% jich pracuje na plný úvazek. Teenageři tvoří pouze jednu čtvrtinu a jedním z důvodů takových statistik jsou i měsíční poplatky (čítajících v případě World of Warcraft zhruba 350 korun), které rodiče nejsou ochotni svým dětem pokaždé platit.“¹⁴

Instinkt cituje i Jaroslava Vacka, psychologa z pražského adiktologického centra při Psychiatrické klinice 1. Lékařské fakulty a VFN UK v Praze, který říká: U on-line her, které běží bez přestávky, hrozí, že hráči mohou v době, kdy nejsou připojeni, pociťovat tíseň z toho, že jim ve virtuálním světě, který se neustále vyvíjí, něco zásadního uniká. Dále říká, že: Důležitou roli v kvalitě on-line vztahů hraje i anonymita internetu. On-line vztahy totiž na rozdíl od reálného světa vytváří základní vazby díky společným zájmům a ignoruje sociální status jedince a tak se hráčům může jevit jako smysluplnější a trvanlivější než vztahy v reálném životě.

Virtuální realita představuje prostředí, v němž k nerozeznání splývá simulace skutečnosti s vlastní skutečností.

Virtuální identitou rozumíme identitu ve virtuální realitě, tj. v interaktivním, trojrozměrném prostředí, které je vytvořeno počítačem. Toto prostředí přitahuje mladé lidi zejména proto, že ve virtuální realitě mají možnost stát se současně režisérem, hercem i producentem dění, konzumentem a aktivním účastníkem. Ve virtuální identitě se člověk může stát takovým, jakým chce být, může naplňovat své nesplněné sny. Může skrývat svůj reálný věk, rasu, pohlaví, je mu dovoleno unikat z omezení respektované společnosti.

Instinkt také uvádí, že on-line hry hrají i ženy na mateřské. Nejčastěji je to Travian nebo Farmville (hra v rámci sociální sítě Facebook).

¹⁴ Bočanová, S.: Život začíná připojením, Instinkt, 2010, 4, s. 18 - 23

6.1.2. Sociální sítě a chaty, kyberšikana

Negativní vliv mohou mít i různé sociální sítě. Sociální síť je společenský prostor na internetu, který umožňuje uživatelům založit si vlastní profil a komunikovat s dalšími uživateli.

Sociální sítě lze dělit zejména podle jejich obsahu (jednotlivě či v různých kombinacích video, fotografie, osobní údaje apod.), způsobu vzniku (vytváření přímo uživateli, vytváření s podílem uživatelů), způsobu propojení uživatelů a míry interaktivity, způsobu přístupu (volně, s registrací, pro povolený okruh osob) a podle použité technologie (diskusní skupiny, různé blogy, virtuální realita aj.)

V Česku je velmi populární Facebook, v zahraničí MySpace a Twitter. Fungují tak, že si každý účastník vytvoří svůj vlastní profil a připojuje si ostatní, zpravidla na základě pozvání. Vzniká tak online komunita, jejíž členové se navzájem informují o svých zálibách, o tom, co právě dělají, sdílí svá data a třeba i fotografie.

Sociální sítě mohou být ale velmi nebezpečné. Pár hodin po tom, co na MySpace napsal šestnáctiletý Josh třináctileté americké školačce Megan, že „na světě bylo lépe bez ní“ se oběsila. Později se ukázalo, že pod přezdívkou „Josh“ si s ní na tomto serveru dopisovala 49letá sousedka, která chtěla přijít na kloub tomu, proč spolu její dcera a Megan přestali vycházet. Aby zjistila, co Megan o její dceři říká, zřídila si za pomoci svých zaměstnanců fiktivní profil včetně fotografie 16letého chlapce. „Josh“ Megan několik týdnů psal slova typu „jsi sexy“ nebo „miluji tě“. Ale dívka, která se tak stala obětí kyberšikany byla nemocná, léčila se s depresemi. Takže po krutých zprávách od „Joshe“ se oběsila v koupelně.

Díky sociálním sítím se rozpadají i vztahy. Facebook má na svém kontě po pěti letech fungování dokonce i vraždy z vášně, mnoho lidí se kvůli nevěře, kterou odhalili právě na této sociální síti, rozvedlo nebo rozvádí.

„První veřejně známou obětí facebookového šílení se loni stala šestadvacetiletá Britka Sarah Richardson, manželka o patnáct let staršího Edwarda. Jejich vztah příliš nefungoval, žili odděleně. Když to trvalo už několik měsíců, dovolila si Sarah změnit svůj facebookový profil na svobodná („single“), což nepřímo naznačuje možnost, že si někoho hledá. Taková změna facebookového statusu rozpálila jejího muže doruda.

Nejprve Sarah zasypal vzteklými zprávami, a když nereagovala, „navštívil“ jí osobně – vpadl do bytu jejich rodičů jako gangster a mladou ženu ubodal.¹⁵

Mladí lidé rádi využívají chat (komunikace, rozhovor dvou nebo více lidí prostřednictvím komunikační sítě, která se uskutečňuje vždy v reálném čase), nebo aplikace jako ICQ či Skype, které jim umožňují komunikaci s vrstevníky, přáteli a mohou jejich prostřednictvím navazovat kontakty s novými lidmi. I tyto aplikace však mohou mít negativní vliv.

Na chatu mohou obzvláště děti narazit na něco, co pro ně není vhodné. Příspěvky v profilech uživatelů mohou vzbuzovat stud nebo nejistotu, někteří lidé je totiž využívají k šíření rasistických hesel nebo sexuálních narážek. V chatovacích místnostech se také často odkazuje na stránky s problematickým obsahem. Na dosah dětem jsou po kliknutí myší například erotické nebo extremistické stránky.

Komunikace na různých chatech vede k tomu, že je náš mateřský jazyk různě syntakticky, sémanticky, kompozičně a stylově poznamenáván. Většinu jazykových změn lze vysvětlit úsporou času, zrychlením výměny informací a odklonem od jazykové krásy ke komunikační utilitárnosti. Na internetu je deformován pravopis, což lze vysvětlit důvody ekonomickými, protože nový pravopis je rychlejší – „jaxe mas“ znamená „jak se máš“ – použití jednoho znaku na místo několika, vynechává se diakritika.

Některým výrazům se dokonce začalo říkat internetismy, protože se vyskytují jen v prostředí internetu. Některé z internetismů jsou akronymy (shluk počátečních písmen vynechaných slov – ILY – I Love You, LOL – Laughing Out Loudly), nebo se zkracují ustálená sousloví – ASAP – As Soon As Possible.

Velmi populární jsou takzvané smajlíky, člověk jimi může vyjádřit neverbální obsah, sdělovat emoční a vztahové obsahy ihned. Smajlíky nebo emotikony (ikony pro emoce) rozšiřují komplexnost slovního sdělení dvou osob, které se nevidí a přibližují jí alespoň o krok komunikaci tváří v tvář.

Největším problémem chatů a komunikačních aplikací je ale sexuální obtěžování. Na chatech se často objevují lidé s pedofilními sklony. Vypytávají se dětí a teenagerů dopodrobna na jejich sexuální zážitky a představy, podbízejí je k sexuálním aktivitám. Často to pokračuje dalšími požadavky – například pachatelé se často dožadují posílání

¹⁵ Kozumplík, M.: Podváděl mě na facebooku, Instinkt, 11, 2010, str. 20 - 25

použitého spodního prádla, chtějí od dětí odvážné fotografie. Ptají se dětí a mladistvých, zda jsou připraveny na telefonní nebo kybernetický sex, nebo zda se chtějí setkat prostřednictvím webkamery a sdílet sexuální aktivity. Tyto požadavky ale mohou přijít i bez předchozího sexuálního obtěžování. Děti a teenageři v chatu navazují nová přátelství a samozřejmě chtějí svého nového kamaráda poznat i v reálu. Tato setkání ale představují velká a závažná rizika. Nejhorším může být právě setkání s pedofilem, který na svou oběť zaútočí. Je proto třeba těmto situacím předcházet, poučit dítě, mluvit s ním o možných nebezpečích chatu a vysvětlit mu, jak se v konkrétních případech zachovat.

Mladé lidi však chat láká, prezentují se na něm jako otevřenější, hovornější, více společenší, více dominantní a s vyšší mírou sebehodnocení v reálném životě. Na chatu se cítí vtipnější, uvolněnější, odvážnější a vymýšlejí si informace o sobě.

S kyberšikanou se ale nemusíme setkávat jen na sociálních sítích. Patří do ní zasílání výhrůžných a krutých emailů a SMS zpráv, obtěžování přes chat, vytváření webových stránek, které různými způsoby (verbálně, graficky, zvukově) oběť šikany uráží a zesměšňují, posílání obrázků, fotografií a videonahrávek spolužákům, přátelům a kolegům – kde je oběť zesměšňována a karikována, vyvěšení pornografických fotografií s tváří oběti na internetu. Existují i případy, kdy agresor získá hesla a identifikační údaje oběti a pod jeho/jejím jménem zasílají ostatním vulgární, obtěžující emaily, fotografie, videa. Většina obětí kyberšikany se bohužel nikdy nedozví, kdo je šikanoval, díky tomu může svou agresi útočník stupňovat a dovolit si to, co by si tváří v tvář nedovolil. Oběti útoků jsou buď náhodné, nebo se jím stávají osoby, které se nějak znelíbily útočníkovi (jako v případě Megan), vyšší riziko může hrozit lidem závislých na mobilech a počítačích.

6.2. Negativní vliv televize a rádia

Televizi najdeme skoro v každé české domácnosti. Mnoho dětí a mladých lidí má dokonce televizi ve svém pokoji.

V anglosaských zemích prý televize v domácnostech svým umístěním nahradily krb. U nás dříve televize připomínaly (a někde stále ještě připomínají) domácí oltář. Na televizi mohou být rodinné fotografie, suvenýry z cest, svíčky, sošky. Nábytek v pokoji, kde je televize, bývá uspořádán tak, aby na televizi bylo dobře vidět, a to pokud možno z co největšího množství úhlů. Posadit návštěvu zády k obrazovce je prý neslušné a to dokonce i tehdy, pokud je televize vypnutá.

Rozhlas a televize pronikají do našich životů stále více a více. Rádio, původně hrací skříň umístěná ve společném prostoru rodiny můžeme poslouchat v automobilu, v obchodech, prostřednictvím mobilního telefonu a mp3 přehrávačů prakticky kdekoli. Televizní vysílání můžeme sledovat v restauracích, ale třeba i posilovnách, na film se můžeme podívat i v autobuse.

To, že tyto média nějakým způsobem jedince ovlivňují, je zaneseno i do mediální legislativy požadavkem nezařazovat mezi šestou hodinou ranní a desátou večerní pořady, které by mohly ohrozit zdravý fyzický a psychický vývoj dítěte. A zpravodajství by mělo poskytovat objektivní a vyvážené informace nezbytné pro svobodné vytváření názorů.

Důležitý je tedy obsah, který televize a rozhlas nabízejí.

6.2.1. Negativní vliv rádia

Dle mého názoru je vliv rozhlasu na postoje mladé generace nejmenší ze všech dostupných informačních technologií. „Rádio“ mívá mnoho mladých lidí puštěné jen jako zvukovou kulisu. Stanice, kterou poslouchají, závisí na jejich hudebním vkusu. Podle Radio projektu 2009 byly v období 1. 4. – 30. 9. 2009 třemi nejposlouchanějšími rozhlasovými stanicemi Rádio Impuls, Frekvence 1 a Evropa 2. Na stránkách Evropy 2 se můžeme dočíst, že je neposlouchanějším rádiem mladých, v cílové skupině 12 – 39 let. Jediné, co může ovlivňovat posluchače rozhlasových stanic je reklama, písnička

totiž střídá písničku, moderátoři většinou hovoří k písničkám, zpravodajství je krátké. Reklama bývá ale podbízivá s vtíravou melodií, která se snadno vrývá do paměti.

6.2.2. Negativní vliv televize

Ale televize je médium, které na psychiku dětí a mladých lidí působí nejvíce. Mnoho rodičů, kteří nemají čas na své děti, je posadí k televizi a nechají koukat prakticky na cokoli. U starších dětí a mladistvých pak zřídka kontrolují, jaké pořady v televizi sledují. Podle výzkumu Institutu dětí a mládež při Ministerstvu školství, mládeže a tělovýchovy se nejvíce líbí seriály ze života boháčů (tzv. soap opery) nebo akční kreslené seriály.

Přitažlivost televize stále vzrůstá, nabízí více kanálů, větší a pestřejší škálu pořadů nebo přenosů, ve filmech a seriálech se zdokonalují trikové efekty a další postupy zlepšující celkový vizuální dojem.

6.2.2.1. Násilí v televizi

Děti, které často sledují filmy s násilnými scénami, se stávají agresivními, přestávají vnímat násilí jako zlo a někdy mívají sklony k šikanování a dokonce i sexuálnímu týrání, protože se snaží napodobovat, zkusit na svých vrstevnících či mladších, co na obrazovce viděli. Když vypravují děj zakázaných filmů, prezentují se tak před ostatními a budují si postavení v partě. V běžných akčních filmech totiž často vítězí zločinci a bezohlední sobci. Násilník je totiž často prezentován jako přitažlivá osoba, násilí je ospravedlnitelné, je používáno jako nástroj k dosažení cílů a k řešení konfliktů, násilí nebývá nijak potrestáno a pro oběti má násilné jednání minimální důsledky. Často jsou zbytečně zobrazovány detaily – vyhřezlé vnitřnosti, hlasité zoufalé výkřiky nebo bolestivě zkroucená tvář trpícího.

Jiné děti se naopak mohou stát po sledování násilí na televizních obrazovkách bázlivé, mít přílišný strach z násilí nebo být dokonce zbabělé. Některé děti se mohou rozplakat i při pohádce, i ty bývají někdy „drastické“. Záleží na tom, jak je násilí v příběhu, pohádce, prezentováno. Pokud dobro vítězí nad zlem, plní v příběhu

důležitou roli, protože tím posiluje vědomí dítěte o tom, že zlo je nutné potlačit a hlavně, že zlo potlačit jde.

Násilí můžeme vidět i v televizním zpravodajství. O vraždách, pokusech o vraždu a jiných vážných trestných činech se dozvídáme častěji než o malých přečinech.

6.2.2.2. Sex v televizi

V televizi je také stále přístupnější pornografie. Sexuální aktivity jsou ve filmech a seriálech zobrazovány otevřeně a názorně. To má negativní dopad na osobnost mladého člověka, zkracuje mu dětství, předčasně probouzí sexuální touhy a hlavně aktivity. Pornografie způsobuje u dětí a mladistvých pokřivené představy o sexuálních vztazích a sexu samotném.

Navíc, při pornografii je milostný život omezen pouze na sex, který je bez citu. Žena je zde často prezentována jako nějaké zboží, nebo otrokyně, která je k dispozici k ukojení mužské chutě.

V poslední době se proto mluví o tom, že by v televizním vysílání měla existovat nějaká autorita či instituce, která by byla všeobecně uznávaná a měla bohaté zkušenosti s výchovou dětí, která by jasně stanovila mantinely toho, co je možné vysílat bez omezení, a co by se mělo označovat jako nepřístupné mládeži do 12, 15 nebo 18 let. Podobně to funguje například v Německu, kde jsou členy takovéto rady pedagogové, filmaři, spisovatelé, zástupci církví a další významné osoby. To by mělo zabránit nadměrnému a nesprávnému zobrazování sexuality.

V televizních pořadech je také často podceňováno nebezpečí pohlavních chorob a nemoci AIDS.

6.2.2.3. Vliv televizní reklamy

Velký vliv na děti a mládež při sledování televize má reklama. Právě televizní reklama je neúčinnější. Žádné jiné z médií neumožňuje využití tak bohatých a různorodých prostředků k tvorbě reklamy a tak často. Mládež nevěnuje až takovou pozornost billboardům, reklamním katalogům nebo třeba reklamám v novinách, zatímco televizi sledují denně.

Slovo reklama pochází z latinského *reclamare*, které označovalo vyvolávání středověkých trhovců, kteří se snažili přilákat zákazníky a prodat jim své zboží.

V současnosti chápeme reklamu jako placené sdělení o produktu, firmě nebo značce produktu či firmy.

Reklama se snaží dosáhnout u příjemce za pomoci nejrůznějších sdělení takového chování, které je žádoucí pro jejího zadavatele. Televizní stanice přijímají za reklamu závratné částky a proto i přizpůsobují programovou nabídku co největší části populace. Jelikož nám předkládá věci, které často ani nepotřebujeme, jsou drahé nebo zdraví škodlivé (nicméně výrobce chce, abychom je kupovali), musí být zajímavá, mít slogan, který se snadno pamatuje (je několikrát v reklamě opakován). Vyvolává pocity, že bez určitého výrobku (mobilního telefonu, playstationu, ...) patří mladý člověk mezi méněcenné, že v životě je nejdůležitější nakupování. Obzvláště děti pak působí různými přesvědčovacími technikami na rodinu a tím významně ovlivňují její nákupní chování. Rodiče pak nakupují a utrácejí, aby uspokojili potřeby svých potomků, a nakupují o to více, když mají pocit, že se jim málo věnují.

Podle zákona č. 231/2001 Sb., o provozování rozhlasového a televizního vysílání reklama nesmí obsahem narušovat psychický nebo morální vývoj dětí, nesmí podporovat chování, které by mohlo ohrozit jejich zdraví, a to včetně reklam na alkoholické nápoje, a tabákové výrobky. Zakázaná je i skrytá reklama (reklama, u níž není hned jasné, že jde o reklamu), klamavá reklama (ta, která úmyslně uvádí spotřebitele v omyl – prezentuje výrobek nebo službu s jinými vlastnostmi, než mají ve skutečnosti), obtěžující reklama (ta, která směřuje ke konkrétnímu adresátovi, ač dal jasně a srozumitelně předem najevo, že si nepřeje aby vůči němu byla nevyžádaná reklama šířena) a podprahová reklama (ta využívá signál, který směřuje k osobě „podprahově“, tento signál sice daná osoba zaregistruje, ale není schopná jej vnímat, protože signál směřuje do podvědomí).

Reklama manipuluje pomocí snových představ – v reklamách je často k vidění to, co v reálném životě mladým lidem chybí – úplná rodina, laskavé a chápající rodiče, kteří tráví s potomky hodně času. Důležitou roli hraje i mluvený nebo zpívaný komentář k reklamě, který představuje základní informace o produktu, o jeho chuti, vůni, slibuje, někdy i lže. Přesvědčovací působení je většinou ještě posíleno populární písní nebo hudbou, která dotváří příjemnou atmosféru.

Protože ale reklama nesmí pobízet děti k nákupu, nebo je nabádat, aby přemlouvali rodiče a jiné osoby ke koupi, autoři vymýšlejí texty tak, aby výzva byla méně nápadná a právně nenapadnutelná.

Dalším důležitým faktorem, který pomáhá reklamě působit na jedince jsou jeho spolužáci, kamarádi. Mládež se často o reklamě baví, kdo ji nezná se zdá být méněcenným, reklama pro mládež vytváří umělý konzumní systém hodnot a říká co je „in“, a zároveň, co je „out“ – není to v reklamě.

6. 3. Negativní vliv časopisů

Na trhu je spousta časopisů pro mládež a mladé lidi. Jsou velmi snadno dostupné prakticky ve všech obchodech a trafikách, přečíst časopis si můžete i v restauraci při čekání na objednávku nebo si jím krátit chvíli při cestování v autobuse. Bohužel jsou dětem a mladistvým dostupné i časopisy, které by rozhodně ještě číst neměly.

Lidé, kteří jsou v časopisech pro děti, mládež a mladé lidi k vidění, ať už na titulních stranách, nebo uvnitř časopisů (kde předvádějí módu, jsou na ilustračních fotografiích k různým příběhům, nebo vystupují ve fotoseriálech), jsou mladí, krásní, bez jediné chybičky. Dívky v těchto časopisech mají dokonalou postavu (rozuměj hubenou, až vyzáblou), krásný účes, oblečení poslední módy. Stejně tak chlapci, kteří jsou v časopisech k vidění. Ti nemusí být ani tolik štíhlí, ale zase musí být svalnatí. U mladých dívek to často vede k tomu, že ve snaze se přiblížit k těmto ideálům začnou trpět některou z poruch příjmu potravy – mentální anorexií (strach z přírůstku hmotnosti, odmítání jídla, přehnané cvičení, popírání tělesné podváhy) nebo bulimií (neovladatelná touha po jídle, přejídání, zvracení, přechodné hladovění, braní projímadel). Obě poruchy mohou v nejhorších případech končit smrtí.

Mladí lidé ale bohužel ve štíhlosti vidí cestu ke kráse a úspěchu. Tloušťka je spojována se studem, ošklivostí a sklonem k neúspěchu. Obézní lidé mají větší problémy se sháněním práce, ve skupinách bývají méně oblíbení, hůře si hledají partnery.

Paradoxem je, že se v časopisech pro dívky o těchto nemocech můžeme dočíst, varují před nimi, přináší odstrašující příběhy s fotografiemi dívek trpícími těmito nemocemi, ale v tom samém čísle předvádí módu vyhublé modelky.

Nedílnou součástí časopisů pro mladé, ať už dívky nebo ženy, jsou módní stránky. Dočteme se, co je „in“ (co se právě nosí) a co „out“ (v čem se rozhodně nemůžou objevit). Ale není to jen o tom, co se právě nosí, která kabelka je ta nejlepší, můžeme si přečíst, co si dát k snídani, abychom měli úspěšný den, jaký salát je nevhodnější k obědu a že večeřet by se nemělo po šesté hodině večerní.

V časopisech pro mladé ženy se dočteme, kolik kilogramů ještě musíme zhubnout, aby si nás všiml vysněný muž, dokonce nám i poradí, která dieta je ta nejlepší, a která zrovna vede u hollywoodských hvězd. Poradí nám, které cviky jsou nejlepší na zpevnění hýždí a břišního svalstva, kam jít cvičit (většinou pší o posilovnách a fitnesscentrech ve velkých městech) a které cvičení je teď v módě.

V časopisech pro mladé dívky typu *Dívka, Bravo Girl! A Cosmogirl!* se dočteme, bez jakých plavek nemůžeme existovat v létě, jak si zařídil čokoládové hladké tělo, co dělat pro super pleť nebo že novým trendem jsou plíšňové džíny.

Časopisy pro dívky radí i ohledně vztahů – jak vypadat (jaký mít účes, jak být oblečená a nalíčená), aby se chlapcům co nejvíce líbily. „Víš, co připadá klukům cool? Tvůj krček! Vyčesej si proto vlasy do culíku nebo si je smyslně přehod' na záda, ať ti krk pěkně vynikne!“¹⁶ Můžeme zde najít i články typu „Myslí to s tebou vážně?“, „Sbal kluka na pláži“ (následují typy jak to udělat, aby dívka „sbalila“ svého idola) nebo „Nezkaž vaše první rande“. Dočíst se můžeme i to, co by nemělo chybět v pokojíku – jak by měl být zařízený, jaké plakáty by ho měly zdobit.

Dospívající tak dostávají rady, jak se stát krásnějšími, žádanějšími, zdravějšími nebo úspěšnějšími – a to jak ve vztazích nebo i dokonce ve škole.

¹⁶ *Bravo Girl!*, Zrcadlo, prozrad' mi, co se klukům líbí na... mém obličejí?, 2009, 25

Kolem roku 2005 se v teenagerských časopisech začaly objevovat články o novém fenoménu - Emo stylu. Emo je zkratka z anglického emotions – emoce. Termín emo označuje osobitou odnož hardcorové muziky, styl této hudby je dobře zapamatovatelný – na jednu stranu melodická a na druhou stranu chaotická muzika dohromady se silnými a výraznými emocemi interpreta, které se blíží až hysterii.

Dále tento výraz označuje subkulturu, která je definována punkově orientovanou módou (výrazné barvení vlasů – na černou nebo červenou barvu, patka přes oko, temné líčení v oblasti očí – i u mužů, tmavé oblečení, trička často s potiskem, boty typu converse nebo „skate“ boty, spousta nátepníků, náramků s doplňky) přecitlivělostí, touhou po romantice, specifickým hudebním stylem. Příslušníci emo si často libují v melancholii, důrazu na vlastní prožitky, které se odehrávají v jejich vnitřním světě. Někteří jsou okouzleni temnotou, fascinováni vším, co souvisí se smrtí a bohužel mohou mít i sklony k sebepoškozování.

Sebepoškozování (automutilace) je záměrné a opakované ubližování si ve snaze vypořádat se s nepříjemnými duševními stavy. Může se projevovat různě – řezání nožem nebo žiletkou do krve, hašení cigaret o holou kůži, polykání nebezpečných předmětů, škrábání, kousání, zarývání nehtů, bití hlavou o cokoli, atd. Sebepoškozování je závislost srovnatelná se závislostí na drogách nebo alkoholu. Jeho pomocí se člověk snaží vyřešit nějaký nepříjemný stav, problém. Tím, že se zraňuje, ulevuje si člověk od nepříjemných psychických bolestí, s kterými si neví rady, při poranění dochází k vyplavování endorfinu, který pomáhá organismu zvládat fyzickou bolest, a to přináší člověku okamžitou úlevu, po které toužil. Tím, že si ubližuje, zaměstnává svou mysl praktickými starostmi, odvádí pozornost od nežádoucích pocitů, protože rána se musí ošetřit, zavázat, atd. Zranění si člověk snaží skrývat (dlouhé rukávy, nenavštěvuje koupaliště), nebo tvrdí, že neví, jak se stala.

Není samozřejmě prokázáno, že všichni vyznavači emo stylu se sebepoškozují. Ale právě proto, že mladí a nezkušení lidé (většinou se sebepoškozování objevuje u dětí mezi desátým a šestnáctým rokem), kteří nedokáží ventilovat silné, obvykle negativní emoce vhodným způsobem, nebo psychicky labilní jedinci mají k sebepoškozování sklony, bývá emo často do souvislostí s tímto dáváno. Často se mladí lidé poškozují také proto, že je to momentálně populární.

Léčba sebepoškozování je směřována k terapiím, které by měly pomoci odstranit problém, kvůli kterému k sebepoškozování dochází. V některých případech jsou nasazovány léky. Léčba trvá ale dlouho – člověk musí změnit své chování, naučit se řešit problémy a regulovat emoce, naučit se technikám, které mu pomohou zvládat vypjaté situace.

6.4. Doporučení

Lidí, kteří tráví před televizní obrazovkou nebo počítačem většinu času, přibývá. Ubývá aktivních projevů a činností. Přitom hra, je pro děti velmi důležitá. Díky ní se ocitá v bezpečném světě, seznamuje se svými emocemi, učí se využívat fantazii. Hra, která je ovlivněná násilnými pořady, je málo tvořivá, je založená na nápodobě situací. Málo času zbývá také na vzájemnou komunikaci mezi lidmi, což vede k tomu, že lidé se méně znají a mnohem hůře si rozumějí. Složitější je i navazování sociálních kontaktů.

V důsledku permanentního sezení u televize nebo počítače může docházet k vadnému držení těla, deformacím páteře, poškození očí a uší, nedostatek pohybu může způsobit obezitu.

Pokud rodiče nečtou knihy, nečtou ani svým dětem, je velmi pravděpodobné, že ani ony nesáhnou po knize v dlouhé chvíli. Když od dětství bude celý den dítě mít možnost sledovat televizi, protože je stále zapnutá, pravděpodobně i v dospělosti bude televizi sledovat často. Aby měla média na mladou generaci pozitivní vliv, musíme je naučit s médii zacházet, vybírat si, co sledovat v televizi, jakou hru si zahrát, jak dlouhý čas u ní trávit, které internetové stránky vyhledávat.

Možná právě proto se rozhodl český internetový vyhledávač Seznam.cz natočit film, který je určen dětem ve věku 12 – 16 let, jejich rodičům a pedagogům. Film ukazuje ve třech příbězích odvrácenou tvář internetu. Cílem tohoto filmu je upozornit na nebezpečí skrytá za nejrůznějšími identitami na internetu a naučit řešit situace, do kterých se mohou děti dostat. A také zmiňuje desatero pro bezpečné používání internetu.

Desatero pro bezpečný internet je:

1. Nedávej nikomu adresu ani telefon. Nevíš, kdo se skrývá za monitorem

2. Neposílej nikomu, koho neznáš, svou fotografii a už vůbec ne intimní.
3. Udržuj hesla k e-mailu i jinam v tajnosti, nesděluj je ani blízkému kamarádovi.
4. Nikdy neodpovídej na neslušné, hrubé nebo vulgární maily a vzkazy.
5. Nedomlouvej si schůzku na internetu, 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 uvedou do rozpaků nebo vyděsí.
8. Nedávej šanci virům. Neotvírej přílohu zprávy, která přišla z neznámé adresy.
9. Nevěř žádné informaci, kterou na internetu získáš.
10. Když se s někým nechceš bavit, nebav se.

Existuje i Listina dětských práv na internetu:

1. Mám právo bádát, učit se a užívat si na internetu všechny dobré věci.
2. Mám právo nevyplňovat na internetu žádné formuláře a neodpovídat na otázky.
3. Mám právo uchovávat veškeré informace o sobě v tajnosti.
4. Mám právo se na internetu cítit bezpečně a být v bezpečí.
5. Mám právo ignorovat e-maily a zprávy od lidí, které neznám nebo kterým nevěřím.
6. Mám právo vždy požádat rodiče nebo vychovatele o pomoc.
7. Mám právo necítit se provinile, když se na obrazovce počítače objeví odporné věci.
8. Mám právo nahlásit dospělým každého, kdo se na internetu chová divně.
9. Mám právo, aby mne nikdo neobtěžoval a netrápil.
10. Mám právo, aby mi lidé na internetu prokazovali respekt.

Existuje dokonce i Den bezpečného internetu – sedmý ročník se konal 9. Února 2010 ve více než 60 zemích celého světa. Jeho letošním hlavním tématem je ochrana osobních údajů pod heslem „Víš, co posíláš? Mysli!“ (Think B4 U post!)

„Nové technologie nyní z každého, a zejména z mladých lidí, udělaly vydavatele informací, obrázků, videí. Navíc může každý z nás nastavit svoji online identitu tak,

abychom se stali známými „celebritami“. Nové příležitosti sebevyjádření a tvořivosti mohou ovšem vést ke komplikacím a dokonce i traumatickým situacím. Například fotografie, které se dostanou na internet, tam často zůstanou trvale a kdokoli je může shlédnout, dokonce i po letech, ve zcela jiných souvislostech. Uveřejnění fotografie z dnešního skvělého mejdanu může mít nečekané následky v budoucnu, když se budeme ucházet o nové zaměstnání. Děti a dospívající by proto měly být informovány, jak zodpovědně zacházet s osobními údaji, fotografiemi a video záznamy, které posílají na internet a současně respektovat právo jiných lidí na rozhodnutí, zda a jaké osobní údaje nebo fotografie či videa tam uveřejňovat.... Součástí kampaně je videoklip na podporu kampaně, který je k dispozici ve všech oficiálních jazycích EU. U příležitosti letošního Dne bezpečnějšího internetu startuje Národní centrum bezpečnějšího internetu společně s Úřadem vlády projekt Červené tlačítko (www.cervenetlacitko.cz).¹⁷

Červené tlačítko je softwarový nástroj, který bojuje proti nelegálnímu obsahu na internetu, hlavně proti šíření dětské pornografie, dětské prostituce, pedofilii, obchodu s dětmi, věkově nepřiměřenému obsahu, rasismu, xenofobii, šíření drog, sebepoškozování, výzvy k násilí a nenávisti a dalších jevů. Jeho cílem je účinně bojovat proti internetové kriminalitě, zejména nelegálnímu obsahu. Červené tlačítko bylo vytvořeno v Národním centru bezpečného internetu.

¹⁷ www.saferinternet.cz, Den bezpečnějšího internetu 2010 je tady! 9. 2. 2010

7. Pozitivní vliv médií

Ač se většinou hovoří o negativních vlivech médií na společnost a jedince, média mohou mít i pozitivní vliv. Mohou nás rozvíjet, kultivovat. Je ale třeba je správně využívat a používat.

Čtení knih učí jazyku a myšlení, rozšiřuje slovní zásobu, rozvíjí paměť a obrazotvornost, obohacuje o vědomosti a vzorce morálního chování, posiluje sebevědomí. „Čtení chrání děti před závislostí na televizi a počítačích. Čtení je dobrou alternativou falešných hodnot masové kultury.... Moudré knihy jsou také nositeli univerzálních morálních hodnot. Čtení učí děti rozeznávat dobro od zla a povzbuzuje k reflexi nad důsledky vlastních slov a činů. Zvláště důležité je to v dnešním světě, jemuž dominují agresivní vzory masové kultury a honba za penězi. Tváří v tvář narůstající demoralizaci mládeže se výuka morálních hodnot, jakými jsou poctivost, úcta, odpovědnost, empatie, odvaha nebo spravedlnost, již v nejtětlejším věku dítěte stává otázkou bytí či nebytí společnosti a státu.“¹⁸

Mezi knihy řadíme i učebnice, které sice nejsou pro děti až tak atraktivní, protože obsahují informace, které se „musí naučit“.

Je ale důležité, aby děti a mládež volily knihy, které jsou přiměřené jejich věku a citlivosti, obsahující pozitivní morální odkaz a propagující vzorce správného chování a postojů, šíří úctu k jiným lidem a živým bytostem, zvířatům, přírodě, společenským normám a zákonům, nevzbuzující sklony k zápornému společenskému chování a předsudky.

I čtení časopisů může být přínosné. Moje generace vyrostla na časopisech Bravo a později BravoGirl!. Děti a mládež z rodin, kde se nemluvalo o intimnostech, sexu, hltaly stránky s touto tematikou a často se až zde dovídaly, jak všechno „funguje“. I kosmetické typy, které v nich dívky nalézají, mohou být některým z nich přínosné. Před létem se v časopisech pro mládež také objevují typy na letní brigády, na práci v zahraničí. A samozřejmě varování před neseriózními nabídkami.

¹⁸ www.celeceskoctedetem.cz

Existují samozřejmě i naučné časopisy, které jsou takovými malými encyklopediemi. Například časopis abc, mladé lidi by mohla zaujmout i Epoque nebo Enigma.

Počítače jsou součástí našich životů a setkáváme se s nimi prakticky všude. Řídí dopravu, jsou na úřadech, znalost práce s nimi je podmínkou přijetí do některých zaměstnání. Jak již bylo napsáno, většina dětí a mladých lidí využívá počítač, kromě připojení k internetu, k sledování filmů, poslechu muziky, úpravě fotografií a hlavně hraní her. Existují ale i hry, které jsou prospěšné. Jsou to například různé strategické hry, které pomáhají rozvíjet myšlení, různé naučné programy, které třeba rozvíjí zajímavým způsobem slovní zásobu. A to nejen v mateřském jazyce, ale i cizím. Počítač například ve spojení s interaktivní tabulí využívají učitelé a profesori ve školách ke zkvalitnění, ale i zpestření výuky.

Používání počítače pozitivně ovlivňuje mladé lidi také tak, že je učí počítač obsluhovat, pracovat s myší, klávesami – klávesovými zkratkami, tiskárnou, přenosnými flashdisky apod.

Internet je plný informací, které zde mohou mladí lidé najít. Ať už potřebují informace k napsání referátu nebo seminární práce, přeložení slovíčka, se kterým si nevědí rady. „Stáhnout“ si zde mohou aplikace, které vylepší fungování počítače, ale i aplikace, které je obohacují, rozvíjejí. Mohou tak mít ve svém počítači „stažený“ slovník cizích slov, program pro výuku angličtiny nebo program, který je naučí psát všemi deseti prsty.

Velkou předností internetu je rychlé komunikování, možnost si jednoduše předat a poslat řadu dat, často graficky náročných. Technické možnosti softwarových produktů, které jsou dostupné na internetu, umožňují například odhalovat plagiáty.

Možností vzdělávání pomocí internetu je i tzv. e-learning či internetové distanční vzdělávání. E-learning je definován jako využívání multimediálních technologií a Internetu ke zvyšování kvality vzdělávání cestou zpřístupňování zdrojů a služeb, k jejich vzdálené výměně a ke spolupráci.

Zkušenosti ukazují, že studenti, kteří komunikují na fórech v e-learningových kurzech, jsou aktivnější, než na běžných výukových seminářích, zapojují se více do debat, probírají i více osobnější témata. Studenti (ale i pedagogové) rozvíjejí svou tvořivost, samostatnost, schopnost týmové práce.

Učitelé prostřednictvím e-learningu mohou na internetu zveřejňovat studijní materiály, zadávat úkoly a hodnotit je, vést administrativu žáka, komunikovat se studenty, rodiči studentů, testovat. Výhodou pro studenty je dostupnost studijních materiálů, možnost studovat prakticky kdekoli (tam kde je připojení na internet), možnost odevzdávání úkolů elektronickou formou a získávání hodnocení, komunikace se spolužáky, týmová on-line práce.

Na internetu jsou dostupné některé knihy (vloni bylo například Městskou knihovnou v Praze zpřístupněno dílo Karla Čapka), časopisy, odborné texty.

Maminky na mateřské dovolené si mohou s ostatními maminkami na stránkách a diskusích vyměňovat své zkušenosti, dávat různé typy a rady. Ale i jen tak si popovídat. Kutilové zase určitě rádi navštíví stránky pro kutily, fanoušci filmů stránky, které se věnují filmům, které zde mohou hodnotit a třeba tak i poradit, který film si máme koupit a který není dobrý.

Na internetu je také mnoho informací třeba o cestování nebo sportování. Existují různé specializované stránky s typy, kde najdete třeba nejlepší cyklostezku ve vašem regionu, kde si nejlépe zalyžujete v Alpách nebo nejlepší typy pro vaši aktivní dovolenou.

Ač je rozhlas velmi rozšířené médium, nemá ani pozitivní vliv tak velký jako jiná média. V dnešní době si jej většina mladých lidí pouští jako kulisu, plní relaxační funkci, kdy svým příjemcům nabízí převážně hudbu v dlouhých blocích, která je přerušována slovy moderátora nebo krátkými zprávami či servisními rubrikami (počasí, informace z dopravy). Mladý posluchač tak jeho poslechem rozšiřuje svůj obzor v oblasti populární hudby, informací z kultury – například o konaných koncertech, které podává moderátor a občas má tedy i přehled o aktuálních informacích.

I televize může mít pozitivní vliv na mladou generaci. V televizi můžeme sledovat naučné vzdělávací pořady o přírodě, zvířatech, lidském životě, cestopisy které nám přinesou spoustu nových informací. U soutěžních pořadů jsme nevědomky vzdělávání.

Pozitivní jsou i filmy, nebo pohádky, kde je hlavní hrdina opravdu kladný – má vlastnosti jako pravdomluvnost, čestnost, lásku k bližním. Tady může vidět divák žádoucí vzor chování, hrdina se může stát i vzorem – dítě může mít touhu vypadat jako jeho hrdina. Díky zpravodajství se dozvídáme co se děje u nás ale i světě (samozřejmě

záleží na formě a způsobu zpravodajských reportáží, jde také o to, aby zveřejněné informace byly spolehlivé, nedocházelo k utajování a zkreslování).

Televize nám může zpříjemnit čas při žehlení nebo s její pomocí můžeme vařit. Ne všechny filmy nebo seriály jsou škodlivé, jen si musíme dobře vybírat.

8. Regulace médií

„Regulace médií vychází z poznatku, že média mohou mít nepříznivý vliv na společnost a přinášet negativní jevy, kterým lze předcházet.“¹⁹

Postavení médií v České republice vychází z Ústavy České republiky a Listiny základních práv a svobod. Tyto dokumenty vymezují mimo jiné principy fungování médií v demokratické společnosti.

Ze zákona je také zřízena Rada České republiky pro rozhlasové a televizní vysílání. Je správním úřadem, který vykonává státní správu v oblasti rozhlasového a televizního vysílání a převzatého vysílání. Mezi její funkce patří například dohlížení na zachování a rozvoj plurality programové nabídky a informací v oblasti vysílání a převzatého vysílání, dbá na obsahovou nezávislost, uděluje, mění a odnímá licence k provozování vysílání, ukládá sankce, monitoruje obsah rozhlasového a televizního vysílání, spolupracuje s Českým telekomunikačním úřadem a podílí se svými stanovisky a návrhy na vytváření zásad státní politiky České republiky ve vztahu k vysílání a koncepci jeho rozvoje, každoročně předkládá Poslanecké sněmovně výroční zprávu o své činnosti a o stavu v oblasti vysílání. Plní úkoly stanovené zákonem č. 231/2001 Sb. a zvláštními právními předpisy.

Rada pro rozhlasové a televizní vysílání dohlíží i na ochranu dětí a mladistvých, klíčovým zákonným ustanovením v tomto směru je povinnost provozovatelů vysílání nezařazovat v době od 6 do 22 hodin pořady a upoutávky, které by mohly ohrozit fyzický, psychický nebo mravní vývoj dětí a mladistvých. Těmto povinnostem je věnována trvalá pozornost.

¹⁹ Pospíšil, J., Závodná, L.S.: Mediální výchova, Computermédia, Kralice na Hané, 2009, ISBN 978- 80 – 7402 – 022 – 3, str. 70

Zákonem, který se váže k provozu České televize je zákon č. 483/1991 Sb., o České televizi, který vymezuje povinnosti a úkoly České televize. Mimo jiného ukládá povinnost rozvíjení kulturní identity obyvatel České republiky včetně příslušníků národnostních nebo etnických menšin, dále také výrobu a vysílání zpravodajských, publicistických, dokumentárních, uměleckých, dramatických, sportovních, zábavních a vzdělávacích pořadů a pořadů pro děti a mládež.

Zákon, ve kterém jsou vymezeny povinnosti a úkoly Českého rozhlasu je zákon č. 484/1991 Sb., o Českém rozhlasu.

Zákon, který se týká tisku, je zákon č. 46/2002 Sb., o právech a povinnostech při vydávání periodického tisku, který je známý jako Tiskový zákon. Tento zákon upravuje některá práva a povinnosti vydavatelů a dalších osob v souvislosti s vydáváním periodického tisku. Podle něj musí vydavatel otisknout v každém čísle název tisku, periodicitu jeho vydávání, místo vydání, číslo a den vydání, ministerské evidenční číslo, název jeho vydavatele a jeho evidenční číslo. Vydavatel musí také zajistit dodání povinného počtu výtisků do vybraných knihoven – například do knihovny Národního muzea v Praze, Parlamentní knihovny a každé krajské knihovny.

Reklamu založenou na podprahovém vnímání, reklamu klamavou, skrytou a nevyžádanou zakazuje zákon č. 40/1995 Sb., o regulaci reklamy.

Práva autora k jeho autorskému dílu, práva související s právem autorským, právo pořizovatele k jím pořízené databázi upravuje zákon č. 121/2001 Sb., o právu autorském. Podle tohoto zákona může být dílem nejen kniha, článek nebo umělecké dílo, ale třeba i softwarový program, film či píseň. Zákon se snaží zmírnit dopady nelegálního kopírování, opisování či úplného vydávání cizích děl za vlastní.

Vedle těchto regulací „zvenku“ existuje i autoregulace, tedy regulace, kterou si vytváří sama média a lidé, kteří je vlastní nebo v nich pracují.

Autoregulace spočívá v přijetí pravidel jakéhosi „správného chování, která si stanovují sama média, nebo ti, kdo jejich prostřednictvím oslovují občany nebo spotřebitele. Může jít o nepsaná pravidla redakční kultury, etické kodexy jednotlivých redakcí nebo etické kodexy různých profesních spolků, unií a asociací sdružujících mediální pracovníky. Na základě těchto pravidel média usměrňují podobu svých výstupů, upravují obsah a uspořádání článku, pořadů nebo reklam.

Tato pravidla jsou přijímána dobrovolně, autoregulační orgány se žádným způsobem nezodpovídají vládě, zákonodárcům nebo spotřebitelům, zodpovídají se jen svému zřizovateli.

V České republice tak například existuje Etický kodex reklamy a Rada pro reklamu, jejímž hlavním cílem je zajišťovat a prosazovat čestnou, decentní, legální a pravdivou reklamu na území naší republiky a vyjadřovat se ke stížnostem na porušení kodexu. Stížnost na konkrétní reklamu může podat jakákoli fyzická nebo právnická osoba.

Jedním z prvních médií, které si vytvořilo po roce 1989 vlastní etický kodex, byla v roce 1995 Česká televize, prvním tištěným médiem byl zřejmě časopis Týden, který zveřejnil svůj etický kodex v roce 1998. Další významné české deníky začaly kodifikovat etická pravidla své práce až po roce 2000.

Podle etického kodexu je povinen novinář zveřejňovat pouze informace, jejichž původ je znám nebo v opačném případě je doprovodit nezbytnými výhradami. Dále musí například dbát na rozlišování faktů od osobních názorů, odmítat nátlak na zveřejnění lživé nebo jen částečně pravdivé informace, vyloučit všechny činnosti, které by ho mohly kompromitovat nebo vést ke konfliktu zájmů, nepřijímat žádné dary nebo výhody, které by měly souvislost s jeho novinářskou činností, zvláště pak z důvodu zveřejnění nebo zatajení nějaké informace.

9. Podpora žádoucího chování ve vztahu k médiím – mediální výchova

Takzvaně schopnost žít s médii, se nazývá mediální gramotnost. Mediální gramotností rozumíme soubor poznatků a dovedností potřebných pro orientování se v málo přehledné a neprůhledně strukturované nabídce mediálních produktů, které jsou vytvářeny prostředím, v němž se současný člověk pohybuje.

Mediální gramotnost tvoří

Poznatky, které jsou na jedné straně potřebné pro získání kritického odstupu od médií, na druhé straně umožňujícími maximální využití potenciálu médií jako zdroje informací, kvalitní zábavy, aktivního naplnění volného času atd.

Dovednostmi, které dovolují a usnadňují tento kritický odstup i maximální kontrolu vlastního využívání médií.

Mediální gramotnost tak shrnuje poznatky o fungování médií (vlivu, vlastnictví, legislativě, výrobních postupech, apod.), o jejich společenské roli (politická, kulturní, ovlivňující životní styl atd.). Další její významnou součástí je znalost hlavních mediálních produktů, jejich uspořádání a pravidelnosti (zjednodušování, stereotypizace, žánrové typy). Hlavně se jedná o schopnost určit typ nabízených sdělení, posoudit jejich věrohodnost a vyhodnotit jejich komunikační záměr, deklarovaný nebo skrytý (informovat, bavit, ovlivňovat apod.), popřípadě je asociovat s jinými sděleními.

Jednou z podmínek socializace jedince do společnosti je dostatečná mediální gramotnost, tedy schopnost zapojit se úspěšně a samostatně do mediální komunikace. Získávání mediální gramotnosti je institucionalizováno do podoby mediální výchovy, která se realizuje buď jako samostatný předmět, nebo jakou součást jiných předmětů (mateřský jazyk, výchova k občanství, dějepis apod.), případně jako kombinace obou přístupů a to od školního roku 2006/2007, kdy se stala součástí realizované kurikulární reformy. Již od roku 2000 je mediální výchova zařazena jako průřezové téma do Rámcového vzdělávacího programu (RVP). Ve třetí variantě (kombinace buď samostatného předmětu, nebo součást jiného předmětu) se mediální výchova stala součástí RVP pro základní školy a gymnázia.

Mediální výchova je v RVP formulována tak, aby dle možností a zájmů jednotlivých škol dovolovala první i druhou variantu, tedy buď samostatný předmět, nebo integraci do jiných.

Osvojení základních poznatků o médiích a jejich fungování ve společnosti se nabízí dvěma postupy.

1.) Kritická interpretace (receptivní postupy)

- kritické čtení, poslouchání a pozorování mediálních sdělení,
- interpretace vztahu mediálních sdělení a reality,
- pozorování stavby mediálních sdělení,
- vnímání autora mediálního sdělení,
- sledování vlivu médií,
- sledování fungování médií.

2.) Vlastní mediální produkci (vytváření jednoduchých sdělení pro média)

organizace práce ve školním médiu,

- příprava vlastních příspěvků,
- redigování příspěvků druhých,
- prezentace školního média před školní a mimoškolní veřejností.

Oba postupy se mohou doplňovat navzájem a směřovat k dosažení dílčích výchovných a vzdělávacích cílů.

Žák získá základní poznatky o mediální produkci, o vnitřním fungování médií a o pravidlech tohoto fungování. Osvojí si základní představu, jaké limity má formulování sdělení pro média a jaké podmínky, možnosti a omezení má práce v médiu. Poučí se o vlivech médií na jednotlivce a společnost.

Závěr

Ve své práci jsem věnovala velkou pozornost negativnímu vliv médií na mladou generaci. Je to problematika, která je velmi aktuální a která se často diskutuje v souvislosti s mírou dopadu na psychický a sociální vývoj dětí a mladých lidí.

Média se podílejí na utváření názorů a postojů nejvíce právě u mladé generace, protože ta tráví u médií hodně času. To je třeba si uvědomit a vést děti a mladé lidi k tomu, aby se naučili přistupovat k jednotlivým mediálním sdělením. K tomu má pomoci třeba právě mediální výchova, která se vyučuje na základních školách a gymnáziích.

A samozřejmě výchova v rodině, protože rodina má v procesu získávání postojů a hodnot prvořadý význam. Rodiče či vychovatelé by měli mít přehled o trávení volného času svých dětí, měli by se na organizaci jejich volného času aktivně podílet, zajímat se o jejich zájmy, koníčky, trávit s nimi společné chvíle, komunikovat, snažit se o zdravý životní styl. Pokud děti a mladí lidé tráví volný čas u počítače nebo televize, měli by mít rodiče a vychovatelé přehled o tom, jaké druhy pořadů, filmů sledují, jaké hry hrají, jaké vyhledávají internetové stránky. Měli by s mladými lidmi mluvit o tom, proč jsou pro ně některé pořady, internetové stránky nevhodné či dokonce nebezpečné, poučit je o různých nebezpečích včetně toho, jak reagovat, pokud v médiích narazí na nevhodný obsah. Měli by také umět vysvětlit, jak lze tato média využívat jinak, zábavně a kreativně k tomu, aby je například vzdělávala a bavila zároveň.

Rodiče, vychovatelé a pedagogové by měli vztah k médiím usměrňovat i vlastním příkladem.

Mým přáním by bylo, kdyby se na vztahu dětí k médiím podíleli i ti, kteří mediální svět vytvářejí. Aby se nezajímali jen o to, jaké finanční zisky jim přinese počet prodaných počítačových her, odvysílaných pořadů a prodaných reklamních časů, ale o to, jaký vliv budou mít na mladou generaci.

Resumé

Tato práce popisuje média a jejich vliv na mladou generaci. Definuji zde média jako pojem, a jejich funkci. Věnuji se novému oboru – mediologii, která studuje média a zabývá se možným vlivem médií na chování velkých celků (mas) a na kolik se média podílejí na kvalitě celé naší společnosti.

Zabývám se vztahem médií a společností, protože média mají v dnešní době postavení společenské instituce. To znamená, že mají vliv na společenské vztahy a na utváření kulturního prostředí.

Charakterizuji jednotlivé druhy médií (noviny, časopis, kniha, televize, rozhlas, počítač, internet), jejich historii a jakou mají podobu dnes, co mohou nabídnout mladé generaci.

Zabývám se vlivem médií na mladou generaci, jak negativním, tak pozitivním. V kapitole o negativním vlivu píším o tom, že média působí na náš mateřský jazyk – dochází k jeho zjednodušování nebo že mohou vést k tomu, že děti může negativně ovlivnit sledování pořadů, ve kterých se vyskytuje násilí. Média ale nemají jen negativní vliv, jsou i vlivy pozitivní. Média nás baví, mohou být zdrojem informací, poučení a zábavy.

Regulace médií může být daná buď zákonem, nebo se média do jisté míry mohou regulovat samy (autoregulovat) svými vlastními vnitřními pravidly.

Poslední kapitola o mediální výchově pojednává o tomto novém předmětu (nebo součásti jiných předmětů) na základních školách a gymnáziích, který má mladé lidi donutit přemýšlet nad mediálním sdělením, informuje je o fungování médií a o pravidlech tohoto fungování.

V závěru se snažím nalézt východiska pro to, abychom média využívali správně.

Anotace

Tato bakalářská práce je zaměřena na vliv médií na mladou generaci. Popisuje vývoj médií do dnešní podoby a seznamuje s jejich funkcemi.

Cílem bakalářské práce je popsat negativní a pozitivní vliv médií na mladou generaci. A také jak je možné tomuto tlaku médií vzdorovat.

Problematika vlivu médií a masové komunikace je nedílnou součástí sociální pedagogiky.

Klíčová slova

Mladá generace, média, masmédia, noviny, časopisy, knihy, rozhlas, televize, počítač, internet, vliv médií, mediální výchova

Annotation

This bachelor thesis deals influence of the media to young generation. It describes emergence up to the current state and acquaints us with their roles.

The aim of this thesis is describing positive and negative influence of media to young generation. And the acceptable ways to resist their pressure.

The questions of media effects and mass media communication issues on society today make up an integral part of social pedagogy.

Key words

Young generation, media, mass media, newspapers, magazines, books, radio, television, personal computer, influence of media, medial education

Literatura a prameny

Zákon č. 231/2001 Sb., o provozování rozhlasového a televizního vysílání

Zákon č. 483/1991 Sb., o České televizi

Zákon č. 483/1991 Sb., o Českém rozhlasu

Zákon č. 46/2002 Sb., o právech a povinnostech při vydávání periodického tisku

Zákon č. 40/1995 Sb., o regulaci reklamy

Zákon č. 121/2001 Sb., o právu autorském

BURTON, G., JIRÁK, J.: *Úvod do studia médií*, vyd. 1., Barrister a Principal, 2001, 391 s

JIRÁK, J., KOPPLOVÁ, B.: *Masová média*, vyd.1, Praha, Portál, 2009, 413 s, ISBN 978-80-7367-466-3

JIRÁK, J., KOPPLOVÁ, B.: *Média a společnost, stručný úvod do studia médií a mediální komunikace*, vyd. 1., Praha, Portál, 2003, 208 s, ISBN 80-7178-697-7

MCQUAIL, D.: *Úvod do teorie masových médií*, vyd. 1., Praha, Portál 1999, 639 s, ISBN 80-7178-200-9

MIČIENKA, M., JIRÁK, J.: *Základy mediální výchovy*, vyd.1, Praha, Portál, 2007, 295 s, ISBN 80-7178-200-9

POSPÍŠIL, J., ZÁVODNÁ, L.S.: *Mediální výchova*, vyd. 1, Kralice na Hané, Computer Media, 2009, 88 s, ISBN 978-80-7402-022-3

VYBÍRAL, Z.: *Lidská komunikace*, vyd. 1., Praha, Portál, 2005, 319 s, ISBN 80-7178-998-4

Bočanová, S., Život začíná připojením, Instinkt, Mediacop, 4/2010, ISSN 12 13-774X

Kozumplík, M., Podváděl mě na facebooku, Instinkt, Mediacop, 11/2010, ISSN 12 13-774X

Pěťa, Zrdocadlo, prozrad' mi, co se klukům líbí na ... mém obličejí?, Bravo Girl!, Bauermedia, 25/2009

www.bauermedia.cz – Bravo, InTouch

www.celeceskoctedetem.cz – o projektu

www.rostemesknihou.cz – o projektu

www.rozhlas.cz/praha/katpor

www.rozhlas.cz/radiowave/about

www.rvp.cz

www.saferinternet.cz – Den bezpečnějšího internetu 2010 je tady, 9. 2. 2010

Přílohy

Evropský televizní průzkum UPC

Volnému času českých dětí vládnou televize, počítač a zájmové kroužky

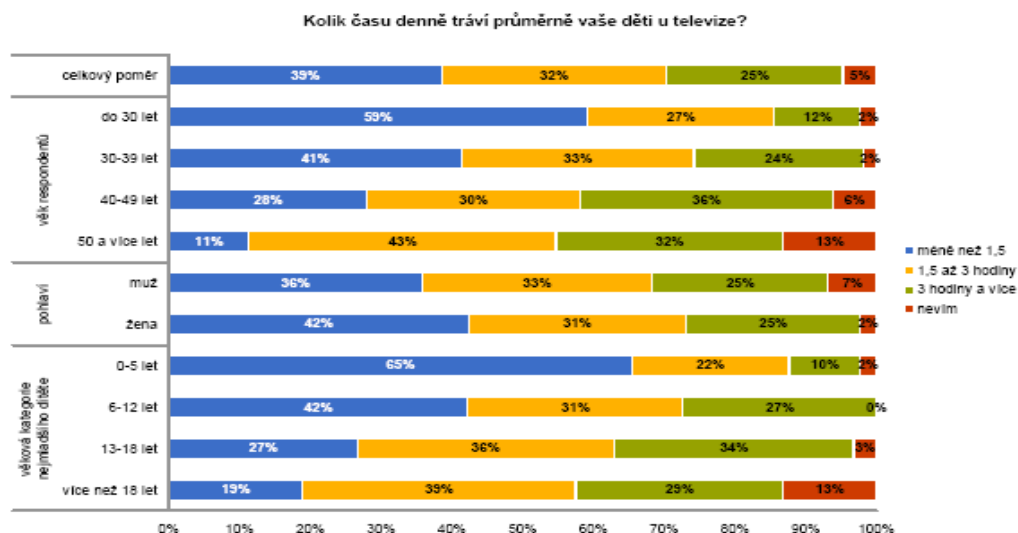
Radioprojekt

Evropský televizní průzkum společnosti UPC – Rodiče jsou silně znepokojeni mírou násilí a sexu v televizi

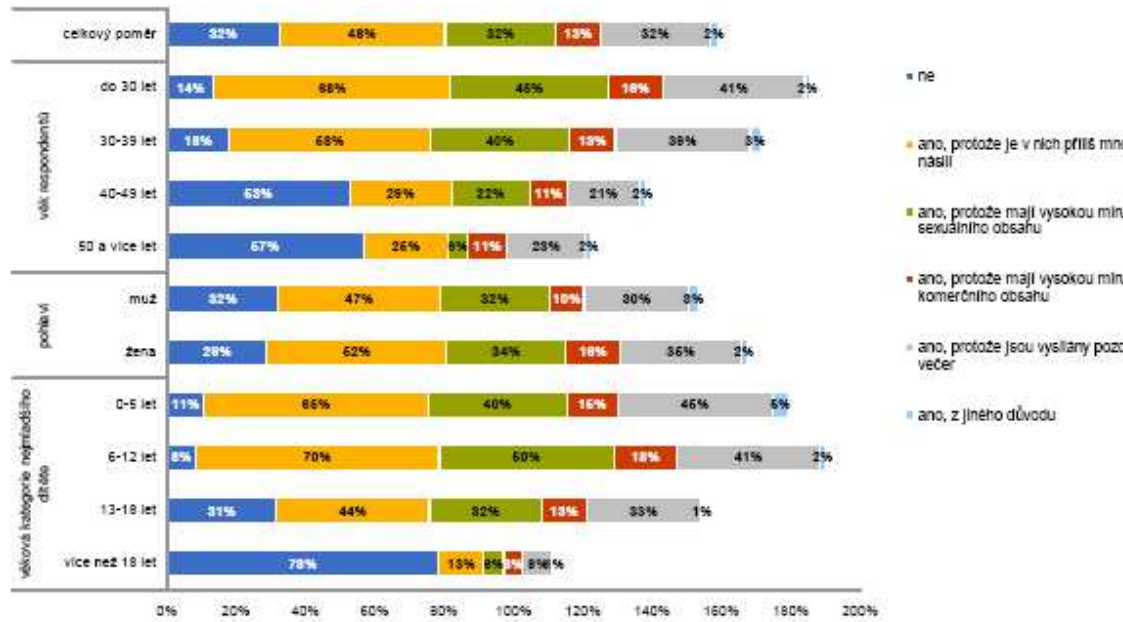
Uveřejněno 19. 12. 2007 na stránkách společnosti UPC

Evropští rodiče se domnívají, že v televizi je příliš mnoho sexu a násilí, ale také věří, že televize má pozitivní vliv na jejich děti. Rodiče mají tendenci nejen kontrolovat, na co se děti dívají, ale volají také po větší přísnosti kontrolních orgánů ohledně náplně některých televizních pořadů. Toto jsou výsledky výroční evropské studie společnosti UPC, která se zabývala chováním televizních diváků. Průzkum oslovil téměř šest tisíc rodičů ve třinácti evropských zemích.

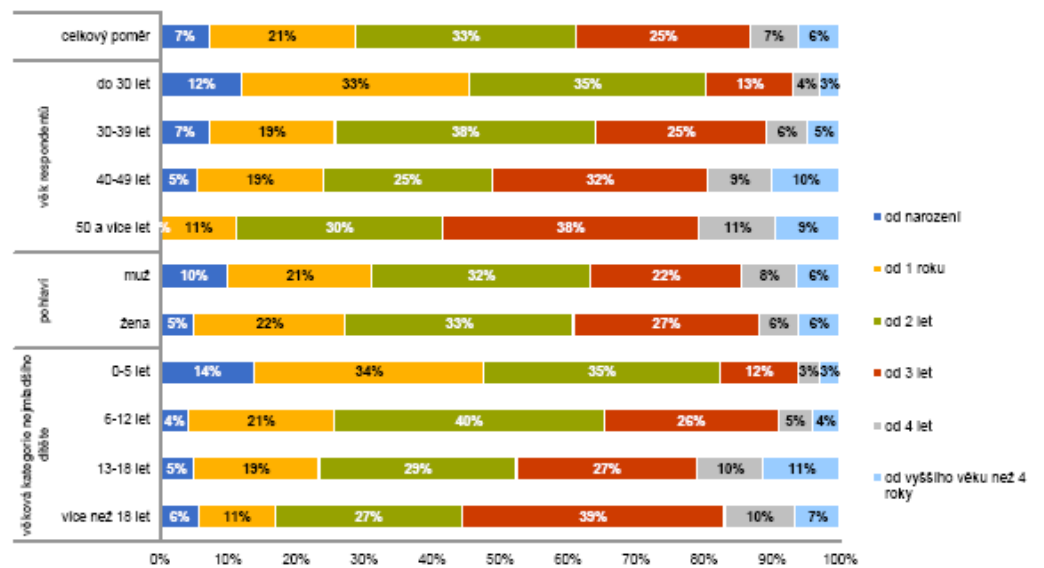
Zde jsou výsledky výzkumu rodičů z České republiky.



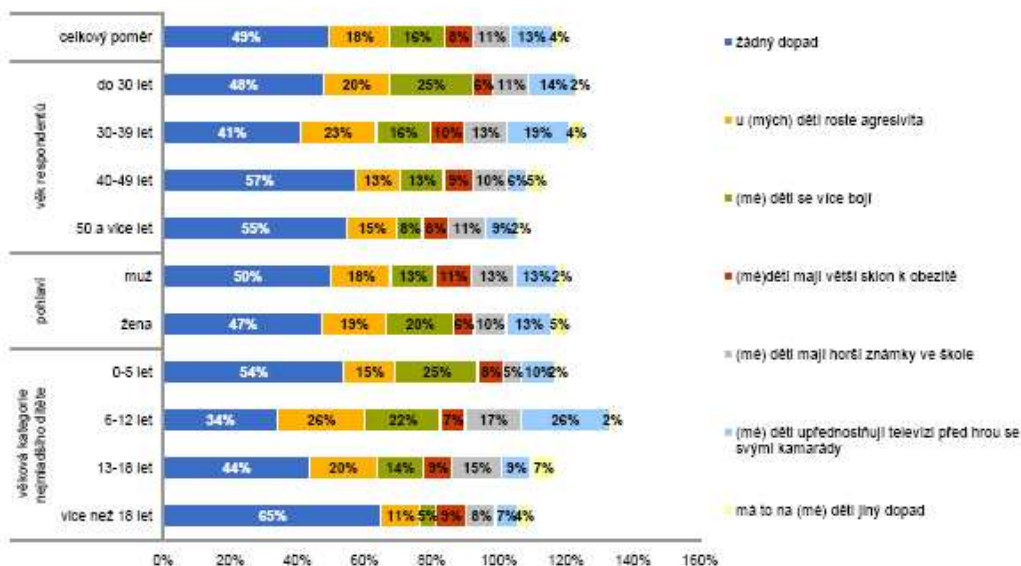
Zakazujete svým dětem některé televizní pořady?



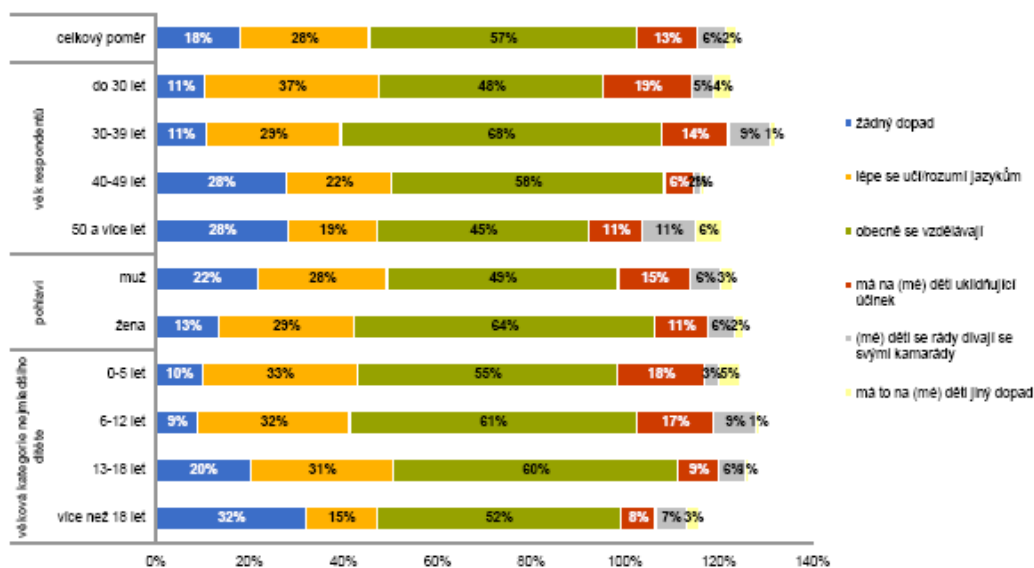
Od jakého věku se mohou vaše děti dívat na televizi?



Jaké negativní dopady má, dle vašeho názoru, sledování televize na (vaše) děti?



Jaké pozitivní dopady má, dle vašeho názoru, sledování televize na (vaše) děti?

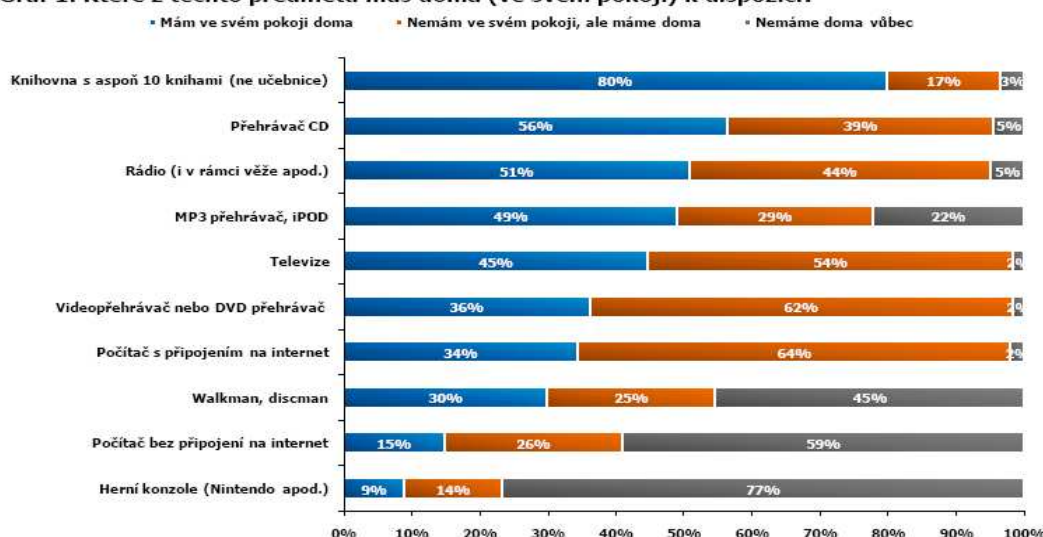


Volnému času českých dětí vládnu televize, počítač a zájmové kroužky

Agentura Mediaresearch realizovala na přelomu června a července 2009 netpanel omnibusový výzkum na reprezentativním vzorku dětí ve věku 4—14 let z internetových domácností ČR. Internetové domácnosti jsou domácnosti, kde se někdo nejméně jednou měsíčně připojuje odkudkoliv na internet. Základní část výzkumu se věnovala mediálnímu a nemediálnímu chování dětí zahrnující vybavenost, volnočasové i mediální aktivity, počítačové dovednosti atd. V rozšiřující části jsme se dotazovali na aktivity dětí na internetu a další problematiku s nimi spojenou.

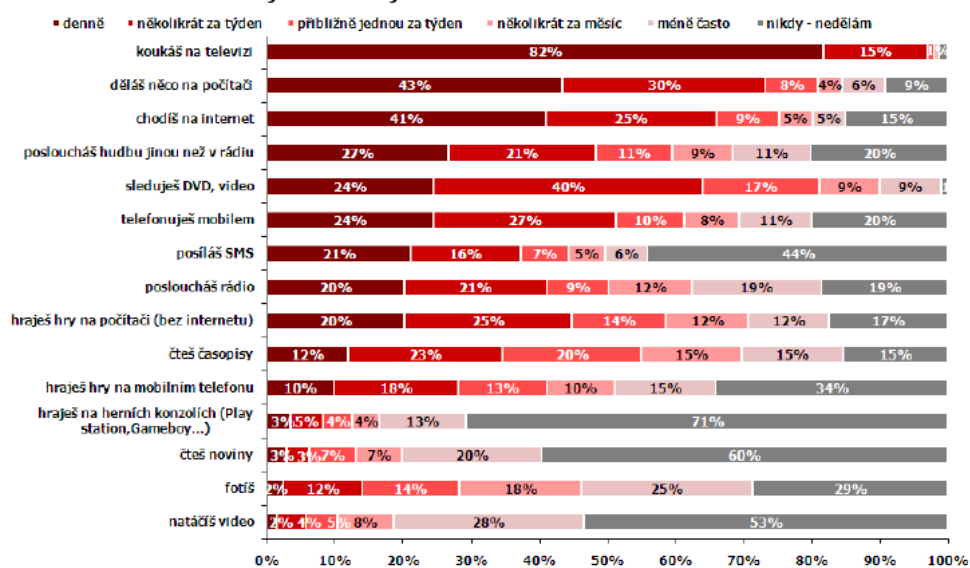
Praha 11. 8. 2009

Graf 1: Které z těchto předmětů máš doma (ve svém pokoji) k dispozici?



Zdroj: netpanel omnibus MEDIARESEARCH červen – červenec 2009, N = 424, 4—14 let

Graf 2: Jak často se věnuješ následujícím aktivitám?



Zdroj: netpanel omnibus MEDIARESEARCH červen – červenec 2009, N = 424, 4–14 let

Radio projekt 2009

Radio projekt je realizován společnostmi STEM/MARK a MEDIAN.

V období 1. 4. 2009 – 30. 9. 2009 bylo dotazováno celkem 14 732 náhodně vybraných respondentů z celé České republiky.

Poslechovost celoplošných stanic v ČR

	odhad poslechovosti včera (v tisících)	odhad podílu na trhu (v %)
Rádio Impuls	1 084	11,9
Frekvence 1	911	10,1
Evropa 2	977	9,6
ČRo 1 - Radiožurnál	794	8,7
ČRo 2 - Praha	343	4,0
ČRo 3 - Vltava	74	0,5
ČRo 6	35	0,2
ČRo Radio Wave	7	0,1
Programová síť BBC	19	0,1
ČRo Rádio Česko	6	0
ČRo Leonardo	4	0
ČRo D-dur	1	0

Poslechovost regionálních stanic v ČR (TOP 15)

	odhad poslechovosti regionálních rozhlasových stanic (v tisících)
Rádio Blaník	537
Country Rádio	220
Radio Čas	218
ČRo Brno	180
Rádio O.K.	175
Rádio Beat	158
Hitrádio Orion	137
Rádio Černá Hora	130
Kiss Hády	115
Hitrádio Vysočina	104
Kiss Morava	104
ČRo Plzeň	99
ČRo České Budějovice	92
Hitrádio Faktor	89
Hitrádio FM Plus	81