

Vliv masmédií na vývoj a proměny životního stylu dítěte

Bc. Milena Dovrtělová

Diplomová práce
2013



Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně
Fakulta humanitních studií


INSTITUT
MEZIOBOROVÝCH STUDIÍ BRNO

Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně
Institut mezioborových studií Brno
akademický rok: 2011/2012

ZADÁNÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE

(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: **Bc. Milena DOVRTĚLOVÁ**
Osobní číslo: **H118409**
Studijní program: **N 7507 Specializace v pedagogice**
Studijní obor: **Sociální pedagogika**

Téma práce: **Vliv masmédií na vývoj a proměny životního stylu dítěte**

Zásady pro vypracování:

Zadané a zvolené téma bude zpracováno podle pokynů obsažených v materiálu IMS "Metodika psaní odborného textu a výzkum v sociálních vědách"(IMS 2009). Případně podle dalších materiálů, z nichž některé jsou obsaženy v literatuře připojené k tomuto studijnímu textu. Zejména bude dbáno na dodržování zásad publikační etiky a pravidel společenskovědního výzkumu. Průběžné výsledky práce budou pravidelně konzultovány s vedoucím diplomové práce.

S vědomím těchto zásad a pravidel a po konzultaci s vedoucím bude práce zaměřena:

- na rizikové faktory masových komunikačních technologií dnešní společnosti,
- vliv masmédií na morální a sociální aspekty dítěte, a to se zaměřením na vývojové fáze předškolního a mladšího školního věku,
- změny současné rodiny pod tlakem všudypřítomných masmédií.

Součástí práce bude i výzkumná část, kde bude použita kvantitativní metoda osobního dotazování u respondentů výše uvedené věkové kategorie.

Rozsah diplomové práce:

Rozsah příloh:

Forma zpracování diplomové práce: **tištěná/elektronická**

Seznam odborné literatury:

FISCHER, S., ŠKODA, J. Sociální patologie analýza příčin a možnosti ovlivňování závažných sociálně patologických jevů. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, a. s. 2009. 224 s. ISBN 978-80-247-2781-3.

JIRÁK, J., KÖPPLOVÁ, B. Média a společnost, 1. vyd. Praha: Portál. 2003. 208 s. ISBN 80-7178-697-7.

McQUAIL, D. Úvod do teorie masové komunikace. 3. vyd. Praha: Portál. 2007. 448 s. ISBN 978-80-7367-338-3.

PRŮHODA, V. Ontogeneze lidské psychiky I.: Vývoj člověka do 15 let. 4. vyd. Praha: Státní pedagogické nakladatelství. 1977. 414 s. (bez ISBN)

SUCHÝ, A. Mediální zlo-mýty a realita. 1. vyd. Praha: Triton. 2007. 175 s. ISBN 978-80-7254-926-9.

URBAN L., DUBSKÝ J., MURDZA K. Masová komunikace a veřejné mínění. 1. Vyd. Praha: Grada. 2011. 240 s. ISBN 978-80-247-3563-4

Vedoucí diplomové práce: **doc. PhDr. Ladislav Zapletal, CSc.**

Datum zadání diplomové práce: **30. listopadu 2011**

Termín odevzdání diplomové práce: **31. března 2013**

V Brně dne 30. listopadu 2011


prof. PhDr. Pavel Mühlpachr, Ph.D.
vedoucí ústavu




PhDr. Miloslav Jůzl, Ph.D.
vedoucí katedry

PROHLÁŠENÍ AUTORA DIPLOMOVÉ PRÁCE

Beru na vědomí, že

- odevzdáním diplomové práce souhlasím se zveřejněním své práce podle zákona č. 111/1998 Sb. o vysokých školách a o změně a doplnění dalších zákonů (zákon o vysokých školách), ve znění pozdějších právních předpisů, bez ohledu na výsledek obhajoby ¹⁾;
- beru na vědomí, že diplomová práce bude uložena v elektronické podobě v univerzitním informačním systému dostupná k nahlédnutí;
- na moji diplomovou práci se plně vztahuje zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) ve znění pozdějších právních předpisů, zejm. § 35 odst. 3 ²⁾;
- podle § 60 ³⁾ odst. 1 autorského zákona má UTB ve Zlíně právo na uzavření licenční smlouvy o užití školního díla v rozsahu § 12 odst. 4 autorského zákona;
- podle § 60 ³⁾ odst. 2 a 3 mohu užít své dílo – diplomovou práci - nebo poskytnout licenci k jejímu využití jen s předchozím písemným souhlasem Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně, která je oprávněna v takovém případě ode mne požadovat přiměřený příspěvek na úhradu nákladů, které byly Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně na vytvoření díla vynaloženy (až do jejich skutečné výše);
- pokud bylo k vypracování diplomové práce využito softwaru poskytnutého Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně nebo jinými subjekty pouze ke studijním a výzkumným účelům (tj. k nekomerčnímu využití), nelze výsledky diplomové práce využít ke komerčním účelům.

Prohlašuji, že

- elektronická a tištěná verze diplomové práce jsou totožné;
- na diplomové práci jsem pracoval samostatně a použitou literaturu jsem citoval. V případě publikace výsledků budu uveden jako spoluautor.

.....Milena Dovrtělová.....
Jméno, příjmení studenta



.....
Podpis

V Brně 27.3.2013

1) zákon č. 111/1998 Sb. o vysokých školách a o změně a doplnění dalších zákonů (zákon o vysokých školách), ve znění pozdějších právních předpisů, § 47b Zveřejňování závěrečných prací:

(1) Vysoká škola nevydělečně zveřejňuje disertační, diplomové, bakalářské a rigorózní práce, u kterých proběhla obhajoba, včetně posudků oponentů a výsledku obhajoby prostřednictvím databáze kvalifikačních prací, kterou spravuje. Způsob zveřejnění stanoví vnitřní předpis vysoké školy.

(2) Disertační, diplomové, bakalářské a rigorózní práce odevzdané uchazečem k obhajobě musí být též nejméně pět pracovních dnů před konáním obhajoby zveřejněny k nahlázení veřejnosti v místě určeném vnitřním předpisem vysoké školy nebo není-li tak určeno, v místě pracoviště vysoké školy, kde se má konat obhajoba práce. Každý si může ze zveřejněné práce pořizovat na své náklady výpisy, opisy nebo rozmnoženiny.

(3) Platí, že odevzdáním práce autor souhlasí se zveřejněním své práce podle tohoto zákona, bez ohledu na výsledek obhajoby.

2) zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) ve znění pozdějších právních předpisů, § 35 odst. 3:

(3) Do práva autorského také nezasahuje škola nebo školské či vzdělávací zařízení, užije-li nikoli za účelem přímého nebo nepřímého hospodářského nebo obchodního prospěchu, k výuce nebo k vlastní potřebě dílo vytvořené žákem nebo studentem ke splnění školních nebo studijních povinností vyplývajících z jeho právního vztahu ke škole nebo školskému či vzdělávacího zařízení (školní dílo).

3) zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) ve znění pozdějších právních předpisů, § 60 Školní dílo:

(1) Škola nebo školské či vzdělávací zařízení mají za obvyklých podmínek právo na uzavření licenční smlouvy o užití školního díla (§ 35 odst. 3). Odpírá-li autor takového díla udělit svolení bez vážného důvodu, mohou se tyto osoby domáhat nahrazení chybějícího projevu jeho vůle u soudu. Ustanovení § 35 odst. 3 zůstává nedotčeno.

(2) Není-li sjednáno jinak, může autor školního díla své dílo užít či poskytnout jinému licenci, není-li to v rozporu s oprávněnými zájmy školy nebo školského či vzdělávacího zařízení.

(3) Škola nebo školské či vzdělávací zařízení jsou oprávněny požadovat, aby jim autor školního díla z výdělků jim dosaženého v souvislosti s užitím díla či poskytnutím licence podle odstavce 2 přiměřeně přispěl na úhradu nákladů, které na vytvoření díla vynaložily, a to podle okolností až do jejich skutečné výše; přitom se přihlédne k výši výdělku dosaženého školou nebo školským či vzdělávacím zařízením z užití školního díla podle odstavce 1.

ABSTRAKT

Média jsou hlavními prostředky, které zasahují do chodu současné postmoderní společnosti, podílejí se na jejím spotřebním rázu a ovlivňují chování a názory každého jedince ať už v pozitivním, či negativním smyslu. Předmětem této diplomové práce je stručný exkurz mezi základními druhy a funkcemi médií. Podrobněji se zaměřuji na možnosti škodlivého vlivu masmédií a informačních technologií na vývoj dítěte a porovnávám několik teorií mediálního násilí. Nutno ovšem podotknout, že příčiny rostoucího násilí u dětí vlivem médií jsou až sekundárním jevem dané problematiky. Do jaké míry je dítě médiím vystaveno a kolik jim věnuje svého volného času závisí převážně na sociálním prostředí, ve kterém vyrůstá. Proto část práce věnuji problémům a funkcím současné rodiny, jelikož ta je hlavním činitelem v utváření osobnosti. Praktická část je realizována pomocí výzkumu se zaměřením na volnočasové aktivity a hodnotový žebříček současné mládeže, konkrétně žáky devátých tříd. Závěrem se pokouším vytyčit vlastní doporučení, vedoucí k omezení negativního vlivu masmédií.

Klíčová slova: média, masmédiá, postmoderní společnost, rodina, osobnost, násilí, komunikace, konzum, televize, noviny, časopisy, Internet, virtuální realita, kybernetika

ABSTRACT

Media are the main tools that interfere in a postmodern society, they participate in consumer behaviour and affect behaviour and opinions of individuals both in a positive and a negative sense. The diploma paper presents a brief excursion into main kinds and functions of media. It focuses on the possibility of bad influence of massmedia and information technology on child`s development and compares several theories of media violence. However, it is necessary to point out that the reason of increasing violence at children due to media is only the secondary feature of the given issues. It is the family social status that plays a key role on how much a child is affected by media and how much time they spend using them. That is why one part of the paper is dedicated to the functions and problems of a contemporary family, because it is the family that is the key factor forming personality. The practical part contains a survey focused on free-time activities and the value ladder of the young, specifically pupils of the ninth grade. My own recommendations leading to reducing the negative impact of mass media are also mentioned in the paper.

Key words: media, mass media, postmodern society, family, personality, violence, communication, consumerism, television, newspapers, magazines, Internet, virtual reality, cybernetics

Prohlášení

Prohlašuji, že jsem diplomovou práci na téma Vliv masmédií na vývoj a proměny životního stylu dítěte zpracovala samostatně a použila jsem literaturu uvedenou v seznamu použitých pramenů a literatury, který je součástí této diplomové práce.

Elektronická a tištěná verze diplomové práce jsou totožné.

Poděkování

Na tomto místě bych ráda poděkovala docentu PhDr. Ladislavovi Zapletalovi za vedení práce a praktické rady. Rovněž bych ráda poděkovala své rodině a přátelům za podporu.

OBSAH

ÚVOD	9
I TEORETICKÁ ČÁST	11
1 KOMUNIKACE A MÉDIA	12
1.1 ETAPY VÝVOJE KOMUNIKACE.....	12
1.2 DRUHY KOMUNIKACE.....	12
1.3 MASOVÁ KOMUNIKACE	14
1.4 MÉDIUM	16
1.5 MASOVÁ MÉDIA – MASMÉDIA	17
1.6 FUNKCE MÉDIÍ.....	17
1.7 DRUHY MÉDIÍ A JEJICH VLIV NA JEDINCE	18
1.8 VIRTUÁLNÍ SVĚT V ŽIVOTĚ DÍTĚTE	27
2 DOPAD MÉDIÍ NA VÝVOJ DÍTĚTE	30
2.1 ETAPY LIDSKÉHO DUŠEVNÍHO ZRÁNÍ S TELEVIZNÍ OBRAZOVKOU	30
2.2 PŘÍČINY ROSTOUCÍHO PROJEVU NÁSILÍ U DĚTÍ.....	31
2.3 NÁSILÍ V MÉDIÍCH A JEHO FORMY	32
2.4 DRUHY MEDIÁLNÍHO NÁSILÍ	33
2.5 TEORIE MEDIÁLNÍHO NÁSILÍ	33
2.6 TEORIE KOPÍROVACÍHO EFEKTU	36
3 DÍTĚ SITUOVANÉ V DNEŠNÍ DOBĚ	38
3.1 HISTORICKÝ VÝVOJ POHLEDU NA OSOBNOST DÍTĚTE.....	38
3.2 SOUČASNÝ STAV SPOLEČNOSTI A PŘEDPOKLÁDANÝ VÝVOJ DO BUDOUCNA	40
3.3 FÁZE VÝVOJE SOUČASNÉ RODINY	41
3.4 ZNAKY SOUČASNÉ RODINY	42
3.5 KONZUMNÍ A MEDIALIZOVANÉ DĚTSTVÍ.....	43
3.6 MEDIÁLNÍ VÝCHOVA A GRAMOTNOST	45
4 DOPORUČENÍ K OMEZENÍ NEGATIVNÍHO VLIVU MASMÉDIÍ	48
II PRAKTICKÁ ČÁST	51
5 VÝZKUM	52
5.1 METODOLOGIE VÝZKUMU	52
5.2 CÍL PRÁCE, STANOVENÍ HYPOTÉZ	53
5.3 VÝSLEDKY VÝZKUMU	55
5.4 STANOVENÍ ZÁVĚRŮ	75
ZÁVĚR	78
SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY	79
SEZNAM OBRÁZKŮ	82
SEZNAM TABULEK (GRAFŮ)	83
SEZNAM PŘÍLOH	84

ÚVOD

Současná společnost bývá často charakterizována jako medializovaná a konzumní. Děti, mládež i dospělí jsou čím dál více zapojeni do mediální komunikace prostřednictvím čtení knih, novin a časopisů, poslechu rozhlasu, sledování televize či práce s Internetem. Všechny tyto činnosti se staly neodmyslitelnou součástí postmoderní společnosti a je logické, že se do jisté míry podílejí na utváření osobnosti jedince, jeho vědomostí, znalostí, dovedností a hodnotového žebříčku. Různě kvalitní informace, které neustále jedinec přijímá, významně působí na utváření jeho vnímání a hodnocení reality. Dítě, na rozdíl od dospělého člověka, ještě není dostatečně vybaveno obrannými mechanismy a proto je zapotřebí vlivy médií eliminovat. Ani dítě ani dospělý jedinec by se neměl nechat médii pohltit a ovlivnit, ba naopak by měli být schopni média pochopit a co nejefektivněji je využít k vlastnímu obohacení. K úspěšnému dosažení tohoto cíle je zapotřebí zvýšení mediální gramotnosti. Tato práce by svým zaměřením a obsahem měla alespoň částečně napomoci k lepší orientaci v daném problému.

První kapitola se věnuje výkladu komunikace, jejímu vývoji a druhům. Dále si předkládaný text klade za cíl poukázat na základní komunikační prostředky, které jsou dnes nazývány masová média (také masmédia). Popisuje funkce a základní druhy médií, konkrétně knihy, časopisy, noviny, rozhlas, televizi a Internet. Dále tato kapitola informuje o tom, jak jednotlivé obsahy médií mohou negativně či pozitivně působit na jedince (převážně na dítě a mládež).

To, že média ovlivňují životy svých konzumentů nelze popřít. Do jaké míry se ovšem podílejí na utváření osobnosti jedince a jaká je souvislost mezi mediálním násilím a projevovanou agresí dětí a mládeže je už několik let předmětem výzkumu mnoha odborníků. Díky neustálému prezentování agrese a násilí prostřednictvím médií dochází k toleranci agresivního chování, k tzv. banalizaci zla. Přesto problematika mediálního násilí zůstává u laické společnosti stále na vedlejší koleji. Příčiny rostoucího násilí u dětí a formy násilí prezentované médii jsou stěžejním tématem druhé kapitoly. Součástí je taktéž charakteristika několika teorií mediálního násilí včetně teorie sociologa Colemana, která je nazývána teorií kopírovacího efektu, a je v poslední době spojována s pravidelně se opakujícími masakry na amerických školách.

Společnost v posledních dvaceti letech prošla velkými změnami. Jedním z hlavních znaků je bezesporu přechod ke konzumnímu stylu života a s tím spojenými změnami hodnotové-

ho žebříčku. Tyto změny se netýkají pouze dospělých, ale bohužel i dětí, jelikož hodnotový systém dnešní mládeže je z velké části odrazem hodnotového systému jejich vlastních rodičů. K poklesu morálních hodnot přispívají z jisté části i média, jelikož to, co média prezentují je odrazem poklesu morálních hodnot jedince; média produkují pouze to, co divák chce a tím pádem je to dobře prodejné. Proto je třetí kapitola teoretické části věnována postavení dítěte v dnešní době. Stručný popis historického vývoje pohledu na osobnost dítěte by měl upozornit na to, že každé období s sebou nese určitá úskalí. Dále text nabízí vytyčení základních znaků současné rodiny, charakterizované jako konzumní a medializovaná. Televize se stala nejvýznamnějším komunikačním partnerem dítěte, a z toho důvodu je zapotřebí zvyšování mediální gramotnosti prostřednictvím mediální výchovy, což je tématem třetí části.

Poslední kapitola teoretické části nabízí má vlastní doporučení k zamezení negativních vlivů médií se zaměřením na televizi, počítač a Internet.

V praktické části jsou využity výstupy z kvantitativního výzkumu. Nejvhodnější činnosti pro eliminaci škodlivých vlivů médií na vývoj dítěte začínají u dostatečné a duchaplné komunikace mezi rodičem a dítětem. Dalšími prostředky mohou být výchova v harmonickém rodinném prostředí, zájmová činnost všech členů rodiny či volnočasové aktivity v podobě nejrůznějších kroužků. Proto byl výzkum zaměřen na zjištění nejčastějších způsobů trávení volného času, konzumní styl a hodnotový žebříček dnešní mládeže. Šetření proběhlo formou dotazníků, na které odpovídalo 120 žáků 8. - 9. tříd ZŠ Bratrství Čechů a Slováků v Bystřici pod Hostýnem.

I. TEORETICKÁ ČÁST

1 KOMUNIKACE A MÉDIA

„Proces vysílání a přijímání, předávání a přebírání sdělení, proces produkce, směny, konzumace a sdílení významů – je předpokladem existence každého živého společenství“.

(Urban, 2011, s. 15)

Komunikace je důležitým procesem, jenž je nezbytný pro každou společnost. Utváří sociální vazby, které drží naše společenství pohromadě, a to díky neustálému vyžadování, vyhledávání a přenosu různých sdělení. Bez komunikace by nemohla žádná společnost existovat a stejně, jako se vyvíjel člověk, tak se vyvíjela i komunikace. V současnosti jsou jedním z důležitých prostředků komunikace právě média.

1.1 Etapy vývoje komunikace

DeFleur, Ballová a Rokeachová rozlišili pět základních etap vývoje lidské komunikace:

1. Epoque znamení a signálů – počátek je spjat s protohumánní fází vývoje člověka.
2. Epoque mluvení a jazyka – počátek před 90-40 tisíci lety.
3. Epoque psaní – počátek před pěti tisíci lety.
4. Epoque tisku – počátek v pol. 15 století v souvislosti s vynálezem knihtisku.
5. Epoque masové komunikace – počátek na začátku 19. století v souvislosti s vydáváním novin, určených i obyčejným lidem, anebo až počátek 20. století, s ním spjaté objevení filmu a později ostatních médií, jako rozhlas a televize.
6. Autoři uvažují o vzniku šesté epochy – epochy počítačů (Jiráka, Köppllová, 2004, s. 49).

Dle Jiráka a Köppllové (2004, s. 25) není komunikace důsledkem (přenosem) individuálního rozhodnutí, ale opakujícím se, ritualizovaným odkazem ke sdílenému sociálnímu a kulturnímu prostředí, jímž se toto prostředí konstituuje.

1.2 Druhy komunikace

Druh komunikace představuje formu komunikace mezi subjekty. Existuje několik způsobů dělení.

Komunikace dle charakteristiky:**1. Intrapersonální**

Komunikace se sebou samým. Má různé podoby, jako vnitřní monolog, samomluva aj.

2. Interpersonální

Formou dialogu mezi dvěma či více lidmi (mezi dvěma se nazývá *dadická*, mezi třemi *triadická*). Účastníci jsou individuality, mezi kterými se střídají role mluvčího a posluchače. Druhotně může nabýt psanou (korespondenční) podobu, či zprostředkování jinými médii, jako telefon, SMS a podobně.

3. Skupinová

Uvnitř ustavené skupiny, kde jsou rozděleny role a vystupuje zde autorita, která komunikaci řídí (např. rodina, pracovní kolektiv, okruh přátel).

4. Institucionální

Institucí se rozumí organizační celek, jako např. škola, firma, kde jsou významné hierarchické vztahy mezi účastníky.

5. Veřejná

Charakteristické je zachování místa a času (např. přednáška, mítink, návštěvníci kina).

6. Masová

Umožněná existencí masových médií. Znaký procesu masové komunikace jsou dle McQuila (2002, s. 60) „*velký rozsah, jednosměrný tok, asymetrie, neosobní a anonymní, propočítaný vztah, standardizovaný obsah*“.

Komunikace dle prostředku:**1. Verbální**

V sociální komunikaci se jedná o nejfrekventovanější a nejvýznamnější druh komunikace. Základ tvoří mluvená a psaná řeč, kterou tvoří soustava znaků s kulturně daným významem. Je velmi úzce spjata s informováním a poznáváním. Týká se spíše věcného obsahu.

2. Nonverbální

Na rozdíl od verbální komunikace, kde se užívá k předání informací slov a vět, využívá neverbální komunikace řeč těla, která je vyjadřována mimikou, gestikulací, držení těla a pohledy (Sýkora, 2003, s. 11). Tento druh komunikace se týká přede-

vším emocionálních a postojevých stránek osobnosti. Verbální a nonverbální komunikace se navzájem doplňují. Řečnictví bez mimiky, gest a posunků by bylo nepřirozené.

3. Paraverbální

Helus (2009, s. 160) uvádí jako další druh komunikace komunikaci paraverbální. Je vázána na řeč, tudíž je blízká verbální komunikaci. Hlavními prostředky jsou: síla hlasu, jeho barva, tón hlasu, zakoktávání, zámlky či zrychlení mluvy. Tím je tento druh komunikace zase daleko příbuznější komunikaci nonverbální

4. Vizualní

Probíhá prostřednictvím vizuálních médií, jako Internet, tiskoviny, dopravní značení, reklamní poutače.

1.3 Masová komunikace

Dle Reifové (2004, s. 100, 140) je masová komunikace komunikací mezi jednotlivými mediálními institucemi na straně jedné a disperzním publikem na straně druhé. Jedná se o jednu z rovin sociální komunikace, kde se veškeré komunikační aktivity dějí prostřednictvím masových médií. Pojem mediální komunikace nelze jednoznačně definovat a terminologizovat. Zpravidla se pod pojmem mediální komunikace rozumí komunikační aktivity, na nichž se podílejí noviny, časopisy, televize, rozhlas a reklama. Rozvoj masové komunikace je spjat s celkovým vývojem společnosti. Dle McQuaila (2002, s. 47-48) vedly k rozvoji masové komunikace čtyři základní změny ve společnosti.

1. Internacionalizace

Po druhé světové válce přibývá mezinárodní spolupráce v oblastech jako politika, ekonomika či sociokulturní záležitosti. Obchod a průmysl stále více podléhají globalizaci formou vzniku nadnárodních korporací. Národní státy podléhají celosvětovým trendům v mnoha oblastech.

2. Informatizace

Masová komunikace je jen jednou ze složek informační společnosti. Takováto společnost je typická nárůstem povolání, založených na poskytování informací a služeb, zesílení informačních toků uvnitř i přes hranice státu. Závislost politických i ekonomických systémů na nových informačních a komunikačních technologiích.

3. Vznik postmoderní kultury

Postmodernizmus podrývá tradiční představy kultury jako něčeho hierarchizovaného, ustáleného. Neobrací se tolik na rozum, ale v popředí je cit. Tato kultura je prchavá, nelogická, požitkářská. V podmínkách masových médií dává přednost těm audiovizuálním před tradičními tištěnými, stejně jako módě před tradicí.

4. Individualizace

Hlavními znaky individualizmu jsou: oslabení sociální solidarity, zesilující privatizace, oslabení kolektivních vazeb, přibývání zločinnosti a nepořádku, upadání náboženského cítění a instituce rodiny. Důsledkem je potom prohlubování globální propasti mezi chudými a bohatými zeměmi a nárůst „spodní třídy“, tvořené především novou chudinou.

Právě masová komunikace je spjata se vznikem masových médií. Dle Bílého se masová kultura a komunikace zrodily v kontextech procesu modernizace, přičemž jsou velmi úzce provázány s aspekty:

- průmyslové společnosti,
- konzumní společnosti,
- urbanizované společnosti,
- masové společnosti a
- společnosti volného času (Urban, 2011, s. 37).

Masa

Masa, jakožto slovo latinského původu (*massa* = hmota, či těleso), může být chápáno v kvalitativním a kvantitativním pojetí. U kvantitativního pojetí se jedná o velké množství hmoty, ve spojení společenská masa – velké množství lidí, jež se mimo jiné vyznačuje výskytem různého, velkého počtu sociálních jevů. U kvalitativního pojetí masa označuje něco, co má slabou vnitřní uvědomělost a organizovanost. Dle Burtona a Jiráka (2001, s. 316) tato dvě pojetí novodobá sociologie různě kombinuje a masou se rozumí početné seskupení lidí, které vykazuje níže uvedené charakterové vlastnosti:

- *vnitřní různorodost,*
- *anonymita,*
- *absence osobních a intimních vztahů mezi “členy,”*

- *absence pevné hierarchie a vedení,*
- *absence autonomních názorů a vize* (Urban, 2011, s. 38).

Sekot (2006, s. 43) uvádí, že ... „*masa se vyznačuje značným podléháním oficiálně sdělovaným názorům při silně omezené schopnosti reakce*“. Průměrný člověk se nakonec vzdá své jedinečnosti a najde smysl života a uspokojení ve světě masovém, který je průměrný a obyčejný.

Vznik prvního skutečného masového média je spjat se třicátými lety 19. století, kdy se převážně v Americe a Francii začal stále větší rychlostí rozvíjet tisk. Paralelně se rozvíjely dva typy periodik, a to seriózní listy, určené majetnějším a vzdělanějším čtenářům na straně jedné, a masové tituly určené střední, ne tolik vzdělané vrstvě na straně druhé. K dalšímu, významnějšímu rozvoji masového tisku došlo v osmdesátých a devadesátých letech 19. století. V českých zemích je ekvivalentem termínu masový tisk tisk bulvární, označovaný takto podle francouzského modelu, kdy bulvár představuje širokou pařížskou ulici, na níž se tyto listy prodávaly. V českých zemích dochází k rozvoji bulvárního tisku až ve druhé polovině dvacátých let 20. století. Pro bulvár jsou typická slova jako skandál, senzace, šok aj. (Jiráček, 2009, s. 82-85).

1.4 Médium

Pojem médium nelze přesně vymezit. Významů existuje několik. Vycházíme-li z latinského překladu, znamená slovo media = prostřední, mediator = látka; přenášející. (<http://www.slovník.cz/>) Dnes se používá slovo médium k vyjádření jak přímých prostředků komunikace jako jsou řeč, mimika, gestika aj, tak prostředků technických, kterými jsou televize či počítačová síť. „*Médium v mediálních studiích je důležitý článek mezi —> komunikátorem a —> adresátem. Jsou to prostředky masové komunikace, které přenášejí —> informace v různých formách a za různým účelem*“ (Reifová, 2004, s. 139).

Reifová (2004, s. 139) dále dělí pojem média dle různosti významů na:

- fyzikální podmínky či obecné prostředí, které umožňuje komunikaci,
- typ technologie (výrobní nosič), na kterou je sdělení navázáno,
- kód, ve kterém je sdělení zaznamenáváno,

- typ mediální komunikace jako komplex tvořený prostředím, technologií a komunikátorem,
- typ sociální instituce,
- konkrétní mediální instituce.

Média jsou v dnešní době neodmyslitelnou součástí života každého jedince, tudíž celé společnosti. Mají vliv na posilování a formování mezilidských vztahů. Jsou tvůrci a nositeli sdělení. Podstatným znakem života společnosti je mediální komunikace, která slouží k výměně informací a získávání nových poznatků o společnosti. Právě média hrají při uspokojování této potřeby významnou roli.

„Média jsou také prostředkem zábavy a určují nejběžnější způsoby trávení volného času. Pomáhají ho rovněž organizovat. Výsledkem je skutečnost, že představují největší a stále se rozšiřující průmyslové odvětví, které nabízí mnoho pracovních příležitostí a bohatou škálu potenciálních ekonomických zisků“ (McQuail, 2002, s. 21).

1.5 Masová média – masmédia

„Masová média jsou součástí a iniciátorem svérázné, celospolečenské, historickým vývojem podmíněné komunikační aktivity člověka“ (Jirák, Köpplová, 2009, s. 24). Masová média jsou v souvislosti s proměnami moderní společnosti a historickým vývojem sociálních a kulturních stránek života jedince stále významnějšími aktéry soukromého i veřejného života. Vedle základních socializačních činitelů jako rodina, škola, práce a přátelé se masová média stala vlivným činitelem v procesu socializace jedince.

1.6 Funkce médií

„Mluvíme-li v souvislosti s médii o jejich „funkcích“, zkoumáme, k čemu média mají doopravdy být, co skutečně dělají a jaký se zdá být účel jejich existence. Funkce médií se mění v závislosti na typu uspořádání společnosti, kulturním kontextu, politických a ekonomických podmínkách“ (Burton, Jirák, 2001, s. 140).

Funkce médií můžeme zjednodušeně rozdělit na pozitivní (eufunkce) a negativní (dysfunkce). Mezi odborníky existuje několik druhů dělení funkcí médií. Obecně lze říci, že média

plní funkci informační, sociální, kulturní, výchovnou, vzdělávací, politickou, poznávací, demokratizační, estetickou, etickou, zábavní a relaxační. Funkce médií ve společnosti jsou dle Wrighta čtyři, a to informování, korelace, kontinuita a zábava. McQuail (2002, s. 103) tyto funkce dále rozšířil o funkci získávání.

1. Informační

Převážně podává informace o událostech ve světě a společnosti, usnadňuje adaptaci a naznačuje mocenské vztahy. Kontroluje dění ve veřejném prostoru. Napomáhá utvářet si představu o světě a jeho politické, společenské a geografické existenci.

2. Korelace

Zahrnuje vysvětlování a komentování významů událostí, socializaci, vytváření konsenzu, nastolování posloupnosti priorit.

3. Kontinuita

Prosazování hodnot a jejich udržování všeobecné přijatelnosti. Objevování nových subkultur a trendů v kulturním vývoji.

4. Zábavní

Funkce představuje zdroj pobavení. Médium je prostředkem k uvolnění a oslabení společenského napětí.

5. Získávání

Funkce převažující ve sférách politiky, práce, války, ekonomie a někdy i náboženství

„Jelikož média nabízejí sdělení v tak velkém množství a tak snadno dostupná, vzbuzují v nás dojem, že (díky médiím) vidíme svět v celé jeho pestrosti, a čím více jsme působení médií vystaveni, tím víc v nás sílí pocit, že jsme se ocitli v nadřazeném postavení, v němž jsme schopni pochopit, jak svět funguje.“

Potter

(Burton, Jirák, 2001, s. 14)

1.7 Druhy médií a jejich vliv na jedince

Dle základních principů lze média rozdělit na primární a sekundární. Mezi primární média se řadí jazyk, řeč a nonverbální komunikace. Sekundární média zahrnují všechna ostatní

média, tzn. tištěná média, rozhlas, televize, Internet aj. Existuje ovšem spousta jiných dílčích dělení, z nichž některá jsou uvedena níže.

Média tradiční a netradiční

Média je možné rozdělit na média tradiční, která jsou ve společnosti chápána běžným, tradičním způsobem (např. televize, noviny, rozhlas, Internet) a média netradiční, která jsou mezi lidmi méně uvažovaná (např. billboardy, veletrhy, přednášky, výstavy)

Média tradiční a nová

Tradiční média jsou ta, která nebyla vytvořena digitální technologií (kniha, časopis, noviny, ale i např. mobilní telefon). Nová média se vyznačují interaktivitou, čili nezávislostí na čase (Internet, televize)

Média horká a chladná

Marshall McLuhan dále rozdělil média na horká a chladná. Horká média rychle vtáhnou člověka do svého světa působnosti. Vyznačují se vysokou naplněností daty, až se příjemce stane pasivním. U chladných médií musí člověk zapojit svou představivost, jelikož množství získávaných informací je menší. „*Pro horká média je tedy charakteristická nízká participace, zatímco chladná média vedou posluchače k vysoké míře participace a doplnění*“ (McLuhan, 1991, s. 23).

1.7.1 Tištěná média

Tištěná média představují nejstarší druh médií. Řadí se mezi ně knihy, časopisy a noviny. Periodika (časopisy a noviny) se dělí na seriózní a bulvární. Je ale otázkou, kde je ona hranice mezi seriózností a bulvárností. I média, která sebe sama považují, nebo spíše nazývají seriózními, nesou prvky bulváru. Tyto prvky jsou představovány především charakterem informací a z jisté části také barevností, ke které během roku 2001 došly všechny deníky. Obsah je stále více přizpůsobován požadavkům zákazníka, který vyhledává jednoduchost sdělení, zajímavost a napětí.

Podle Hvížd'aly (2003) je napětí do zpráv dodáváno umělou volbou slov, celkovou skladbou a krácením, čímž je deformován obsah. Zprávy, které jsou velmi důležité se na titulní stranu mnohdy ani nedostanou, jelikož napětí těchto informací není v rámci ostatních médií konkurenceschopné. Články a fotografie připravují čtenáře na konzumaci inzerce. V souvislosti s rostoucí technologií dochází postupem času k přesunu z tištěné formy na formu internetového publikování. Výhodou je bezesporu aktuálnost, rychlost a lepší přehlednost. Možnost vyhledat si informace staršího data, vyjádřit své názory v komentářích pod články, a to vše získají čtenáři zadarmo.

Noviny

Periodická tiskovina, charakteristická krátkými intervaly vydávání, a to za účelem zprostředkování nejrůznějších aktuálních zpráv z oblastí politiky, společnosti, kultury, sportu a hospodářství. Od vzniku po současnost prošly noviny několika etapami svého vývoje, který se odvíjel v návaznosti na události a změny ve společnosti. McQuail (2002, s. 34) přikládá tomuto médiu následující vlastnosti: pravidelné a časté vycházení; zbožní charakter; informační obsah; působení ve veřejné sféře; městské, světové publikum a relativní svoboda. Bednařík (2011, s. 17) zdůrazňuje výrazný podíl na formování veřejného a politického života, a nejinak tomu bylo i v minulosti, kdy tuto funkci zastávaly jiné tiskoviny jako knihy či kalendáře.

Pozitivní a negativní vliv

Jaký vliv na člověka bude mít toto médium závisí převážně na druhu tiskoviny, kterou si čtenář vybere. Seriózní plátky, převážně veřejnoprávní či odborné, naplňují většinou funkci informační a vzdělávací. V tomto případě pozitivně působí na rozvoj našich vědomostí a znalostí, přispívají k celkovému přehledu o dění ve světě. V demokratickém státě přinášejí čtenářům mnoho pohledů na politické dění a napomáhají kontrolovat a objektivně hodnotit politickou situaci. Ovšem i zde je zapotřebí míti se na pozoru, protože nikde nemáme záruku, že jsou dané informace pravdivé.

Časopis

Časopisy, na rozdíl od denního tisku, vycházejí v delších periodách. Jsou zaměřeny na širokou veřejnost, ale najdou se i takové, které nemusejí vycházet v pravidelných interva-

lech, těmi jsou tzv. nízkonákladové. Ty oslovují pouze určitou část obyvatelstva se zaměřením na konkrétní sféru života (hudební, výtvarné, odborné, vzdělávací, kulturní aj.) Taková média jsou většinou závislá na dotacích státních institucí a nejrůznějších grantech. Ovšem drtivá většina časopisů je zaměřena na konzumní stránku společnosti. Radí, jak trávit svůj volný čas, jak správně bydlet, stravovat se, oblékat a všechny tyto „rady“ jsou dokonale propojeny s různorodými reklamami, které jsou důležitým zdrojem příjmů vydavatele těchto periodik. Nejvyšší podíl mezi časopisy i novinami tvoří tisk bulvárního charakteru. „*Bulvární tisk jsou neseriózní noviny, které nedodržují etická pravidla a nadbíhají vkusu nenáročných čtenářů. Neobsahuje mnoho textu, úhel pohledu či cíle útoků jsou stále stejné. Obsahuje mnoho barevných fotografií*“ (Hvízďala, 2003, s. 208).

Typickým znakem bulváru jsou:

- velké titulky se specifickými slovy,
- nespisovný jazyk,
- útok na emoční stránku jedince,
- jednoduchá slova, vulgarismy,
- významově prázdná sdělení,
- intimní fotografie.

Pozitivní a negativní vliv

Časopisy svou nenáročností napomáhají k úniku od každodenních starostí. Poskytují možnost relaxace a odpočinku. Je ovšem zapotřebí mít na paměti, že i tato média jsou zaměřena na konzumní styl každodenního života. Problémem nejsou pouze bulvární časopisy, které mnohdy přináší obscénnosti, vulgarizmy, nepravdivé informace, navozují pocit paniky, podporují senzace a násilnosti. Problémem je taktéž schopnost média vytvořit vztah mezi publikem a produktem. „*Nabídka identifikace je zakódována v poselství o životním stylu, o hodnotách, snech a ideálech*“ (Burton, Jiráček 2001, s. 320). Autoři dále poukazují na skutečnost, že média dokáží produkovat materiály, které oslovují konkrétní publikum a to tím, že toto publikum ve skutečnosti promítnou do svých produktů, a tím vlastně definují svými produkty publikum, jemuž jsou sdělení určena. Negativním příkladem mohou být články zaměřené na rady ženám, jak se lépe prosadit, jak být lepšími milenkami a jak

vyzrát nad muži, které vedou ke změnám v genderových stereotypech. Módní diktát, servírování dokonalosti a krásy, vše propojeno s fotkami celebrit, jejich životní úrovní vede k nárůstu psychických problémů u dospívající mládeže. Komplexy, mentální anorexie, bulimie jsou hlavními následky touhy přiblížit se nereálnému světu, který publikují tato média.

Dalším rizikem pro dospívající dítě je inzerce. Obsah mnohdy není vydavateli kontrolován (ani jej nechce korigovat), tudíž hrozí nebezpečí zneužití či využití nejen dospívající populace. Rodiče by měli své děti před tímto nebezpečím chránit a v žádném případě nedovolit na jakýkoliv inzerát odpovídat.

Tištěných médií je na českém trhu nespočet. Zda a čím se nechá současná mládež ovlivnit záleží především na tom, do jaké míry si jedinec dokáže správně vybrat. Jsou to převážně vrstevníci a rodina, kteří mají na správný výběr největší vliv.

Knihy

„Ten, kdo nemiluje knihu, nemiluje moudrost. Ten, kdo nemiluje moudrost, stává se hlupákem“.

Jan Amos Komenský

Toto médium si prošlo nejstarším vývojem. Od objevení písma a jeho ručního záznamu na hliněné destičky, pergamen, papyrus či papír, až k vynalezení knihtisku Gutenbergem v 15. století. Trend současné doby se nazývá elektronická kniha, neboli e-book. Kniha rozvíjí u dítěte a mládeže fantazii a slovní zásobu. Zlepšuje znalosti v oblasti gramatiky. Špatné vyjadřování a nespisovná čeština jsou současným problémem širokého okruhu mládeže a jsou spojeny právě s nedostatečným časem, věnovaným četbě kvalitní literatury. Jak uvádí McQuail (2002, s. 44), kniha bohužel ztratila něco ze svého kdysi mocného náboje, jelikož se ocitla v relativně okrajovém postavení.

Pozitivní a negativní vliv

Kniha, jakožto zdroj vědění, vzdělání, informací, zábavy a kultury je nositelem převážně pozitivních vlivů na dítě a mládež. Rozvíjí u dítěte fantazii, slovní zásobu a s tím související vyjadřovací schopnosti. Čtení rozvíjí mozek a učí dítě lepšímu soustředění, což napomáhá k lepší schopnosti učení. Výhodou knihy je to, že se dá lehce transportovat a archi-

vovat. Negativní vliv na dítě by mohla mít pouze v případě, kdyby se obsah neslučoval s morálními hodnotami společnosti a naváděl by k nebezpečným či neetickým činům.

1.7.2 Rozhlas

Reifová definuje rozhlas jako „*prostředek pro systematické šíření slovesných a hudebních programů všeho druhu za pomoci elektromagnetických vln bezdrátově nebo pomocí drátů, a to pro neomezené množství rozptýlených posluchačů...*“ (Reifová, 2004, s. 217).

V současné době je hlavní funkcí rozhlasu a rádia to, že tvoří především kulisu k jiným činnostem, jako je např. řízení auta či domácí práce. Zaměřuje se na určité skupiny svých posluchačů, v závislosti na věku či zájmových koníčků. I tato média se rozlišují na veřejnoprávní a komerční. U veřejnoprávních stanic je kladen důraz na objektivní podávání informací, zatímco u komerčních stanic je kladen důraz převážně na funkci zábavnou.

Rozhlas působí na lidské emoce za pomoci zvuku, mluveného slova a hudby. Technické počátky spadají do konce 19. století, skutečný rozvoj začíná až v meziválečném období (Sekot, 2006, s.63). První veřejné rádio začalo vysílat roku 1921 v USA, v Evropě, konkrétně v Německu, to bylo o dva roky později. Původně byly vysílány záznamy koncertů, divadelních her a podobně, teprve postupem času pronikly do rozhlasu žurnalistické prvky (živé vysílání, živé sportovní komentáře, zpravodajství a jiné). Rozhlas byl dále doplněn vynálezem gramofonu a později magnetofonu. S objevením se televize a rozšířením vysílání mezi větší počet obyvatelstva ztratil rozhlas dominantní postavení. I přesto má stále přijatelné postavení a drží si primární místo co do počtu vlastníků přístrojů.

Pozitivní a negativní vliv rozhlasu

Rozhlas, jako prostředek informačních technologií, nemá příliš velký vliv na ovlivňování hodnotového a názorového systému dětí a mládeže. Pozitivní vliv mohou mít možná veřejnoprávní stanice, a to ve smyslu vzdělávání a získávání nových informací prostřednictvím zajímavých reportáží či rozhovorů. Dalším plusem lze označit rozvoj představivosti, jelikož chybí obrazová stránka, a jedinec si tak vytváří vlastní individuální obrazy a představy.

Toto médium zaujímá převážně funkci zvukové kulisy při každodenních činnostech. Volba druhu stanice se odehrává na základě věku a hudebního vkusu. Jediné, co může negativně

působit na posluchače, je reklama. Tento, pro rádio ovšem nezbytný, přesvědčovací proces může být velice podbízivý, nevkusný a někdy i nemorální.

1.7.3 Televize

Reifová ve svém Slovníku mediální komunikace (2004, s. 259-260) uvádí pět možností, jak lze chápat pojem televize:

- televize je elektronický systém přenosu pohyblivých obrazů spojených se zvukem,
- přístroj schopný příjmu televizního signálu,
- obsah, který je tímto signálem nabízen,
- jedno z odvětví mediálního průmyslu, které se věnuje výrobě a distribuci televizního vysílání,
- prostředek masové komunikace, tedy projev masových médií.

Televize je špičkovým produktem masmédií, který vlastní téměř každá domácnost ve vyspělém světě. Proto hraje televize v konzumní společnosti nezastupitelnou roli. Spojuje dvě složky vnímání, a to vizuální a auditivní. Právě na vizuální složku jsou stále klady větší a větší nároky. Má za úkol u diváka nejprve zaujmout zrak a až na druhém místě sluch. Trendem poslední doby je plnit převážně funkci zábavní před funkcí informační, o čemž svědčí i vysoký nárůst nových komerčních televizních stanic, které se svým obsahem zaměřují na specifickou skupinu diváků. Jedná se o sportovní, hudební, přírodopisné, komediální, akční a v neposlední řadě v poslední době stále oblíbenější pořady typu reality-show. Reifová (2004) uvádí že: „*V evropské, demokratické tradici je možné odlišit televizi soukromou (= > média soukromá) a televizi veřejné služby (= > média veřejné služby), popř. televize státní*“. Rozdíl mezi těmito druhy je nejen v obsahu a skladbě vysílaných programů, ale i ve formě financování. Dále autorka uvádí (2004, s. 260), že je televizi často připisována schopnost amplifikovat hodnoty hlavního proudu ve společnosti a dále ji kolem těchto hodnot integrovat.

Pozitivní a negativní vliv televize

Argumenty, které zastávají negativní působení na děti a mládež jednoznačně převyšují ty pozitivní.

Pozitivní argumenty:

1. Některé pořady mohou mít vzdělávací funkci, např. odborné či naučné pořady, které ovšem u dětí nejsou příliš populární.
2. Televize může přinášet odpočinek a zábavu. Je ale nutné podotknout, že odpočinek je pasivního charakteru, a ten není tak účinný, jako odpočinek aktivní.
3. Někteří odborníci jsou toho názoru, že sledování televize napomáhá socializaci. Není ovšem lepší socializace v reálném prostředí?
4. Říčan ve své publikaci Krotíme obrazovku (1995) uvádí jako jediný argument pozitivního účinku televize ten, že večerníček napomáhá dětem utvářet rytmus dne.
5. Reifová (2004, s. 260) taktéž poukazuje na schopnost televize organizovat denní rozvrh diváka spolu s intimním prostorem rodiny (např. uspořádání nábytku dle televizního přijímače). Kde je ovšem ona hranice míry přijatelnosti, nechat si ovlivňovat denní režim televizí?

Negativní argumenty:

1. Dítě má mnohem menší zkušenosti a vědomosti pro kritické zhodnocení obsahů a informací publikovaných prostřednictvím televizní obrazovky, než dospělý člověk, což se odráží také v menší schopnosti odlišovat realitu od fikce.
2. Neustálenost hodnotových a morálních postojů dítěte způsobuje snadnější ovlivnitelnost dětského diváka a umocňuje jeho zvědavost.
3. Sledování televize přispívá k jednotvárnosti společnosti.
4. Televize zprostředkovává stále více pořadů, jejichž obsahem je násilí.
5. Socializace prostřednictvím televize není plnohodnotná. Sociální kontakty v reálném životě jsou nenahraditelné.
6. Obraz reálného světa prostřednictvím televizních obrazovek je ochuzený a zkreslený.
7. Přílišné vysedávání u televize má za následek ztrátu zájmu o ostatní volnočasové aktivity a je spojena se zdravotními problémy psychickými (závislost) i fyzickými (obezita).
8. Vliv reklamy je bezesporu cílený a, jak uvádí Hvížďala (2003), v některých případech nepůsobí pouze na naše vědomí, ale může skrývat i úmyslné ovlivňování podvědomí jedince. Navíc je reklama podbízivá, dokonale psychologicky sestavená a při zamýšlení se nad současnou situací a úpadku morálních hodnot je mnohdy

neetická. „Reklama nám nabízí v tomto období ekonomické a duchovní krize svět plný čím dál omšelejších pošetilostí (Toscani, 1996, s. 23).“

1.7.4 Internet

„Celosvětová počítačová síť sestávající z řady větších a menších počítačových sítí, které k výměně a přenosu digitálních dat využívají protokol TCP/IP (Transmission Control Protocol over Internet Protocol)“ (Reifová, 2004, s. 94). Bělohorský slovo internet přiblížil následovně: „Skutečnost je inter nos, je mezi námi.... Realita je pouze to, co vzniká v interakci, v dialogu. Internet...umožňuje všechno definovat v interakci, vše převést do dialogu“ (Vybíral, 2000, s. 152). Dnes slouží Internet především ke komerčním účelům oproti původnímu využití, které bylo určeno k vojenským a posléze akademickým účelům. 21. století je stoletím masového rozšíření Internetu, který se stal nejen součástí většiny domácností (stejně jako počítač), ale začal se taktéž využívat k obchodním záměrům. Internet je označován jako interaktivní médium bez hranic. Na rozdíl od ostatních médií, ze kterých se informace pasivně přijímají, se prostřednictvím Internetu může každý jedinec aktivně zapojit do různých diskuzí a vyjádřit tak svůj názor. Jedná se o prostředí, ve kterém může být realizováno několik druhů komunikace. Elektronická pošta, chaty, blogy, sociální sítě apod. Ovšem nemožnost získávání zpětné nonverbální (zrakové a sluchové) vazby oslabuje sociální vliv na komunikující jedince. Komunikace je jednou z hlavních služeb Internetu. Mimo to také poskytuje možnost webových prezentací, stahování a sdílení dat, hraní her, online nákupů v internetových obchodech, obchodování aj. Hlavní funkcí, kterou Internet plní je proto funkce informační, komunikační a zábavní. Nové technologie s sebou přinesly nové možnosti, ale i nová rizika.

Pozitivní vlivy Internetu

1. Rychlá dostupnost mnoha informací, což šetří čas i peníze.
2. Kultivuje a rozvíjí osobnost člověka za předpokladu, že jedinec umí dané informace správně vstřebat a využít.
3. Možnost jednoduše předávat, vyměňovat či kopírovat data.

4. Zvyšují se možnosti nejrůznějších druhů komunikace. Člověk může být během okamžiku ve spojení s jiným člověkem na druhé straně světa, a to jak audiálně, tak vizuálně.
5. V případě, že mladého člověka baví práce s počítačem a Internetem, může ho motivovat k práci a učení.

Informační technologie mají samozřejmě i spoustu stinných stránek, mezi které patří:

1. Neexistující cenzura (v návaznosti na bod č. 3) obsahů sdělovaných informací na Internetu.
2. Malá možnost ověření pravdivosti daných informací.
3. Neetické a nemorální obsahy zobrazující erotiku, pornografii a násilí, což může mít nepříznivý vliv na rozvíjející se dětskou psychiku. Následkem může být pozměněný žebříček hodnot.
4. Zhoršení kvality myšlení, řeči, sémantiky, projevu aj. v důsledku zrychlující se komunikace. Počítačový slang, různé šifry a znaky či angloamerické výrazy dokreslují slovní komunikaci na úkor kvality spisovného jazyka. „*Mechanické, co neúčelovější a nejjednodušší "počeštění" se šíří mezi uživateli počítačové sítě*“ (Vybíral, 2005, s. 154).
5. Dopady na zdravotní a psychický stav. Souvisí s celkovým životním stylem jedince. Přednost pasivního způsobu odpočinku před aktivním.
6. V dnešní době jsou to nově sociální sítě, které sebou nesou vysoké riziko. Nejen dítě zde může vystupovat v naprosté anonymitě, a to za účelem udělat ze sebe někoho jiného, než je ve skutečnosti. Někoho lepšího (či horšího), kým by chtělo být. Sociální sítě mohou způsobit závislost. V dnešní době již některé průzkumy dokazují, že mladý člověk je schopen „prosedět“ na sociálních sítích i několik hodin denně. V horším případě mohou sociální sítě sloužit jako dokonalý prostředek pro pedofily či násilníky k navázání kontaktu s potenciální obětí.

1.8 Virtuální svět v životě dítěte

Virtuální realita = počítačem simulovaná skutečnost. Dle Sherry Turkleové je virtuální svět her virtuální prostor, kde se odehrávají sociální interakce, které by v reálném světě nikdy nemohly vzniknout (Čermák, 1999, s. 101). Jedinec zde vystupuje v naprosté anonymitě,

může se stát kýmkoliv. Může dojít k situaci kdy dítě, díky vysokému technologickému pokroku grafického zpracování her, přestane rozeznávat rozdíly mezi realitou a virtuálním světem. Dlouhodobé působení virtuální reality může mít destruktivní následky.

Turkleová je ovšem i toho názoru, že virtuální svět v budoucnu bude poskytovat pomoc terapeutům při řešení psychických problémů.

Do virtuálního světa se řadí i chat, neboli diskusní fórum. Jde o specifickou formu komunikace dvou nebo většího počtu lidí, kteří zůstávají v anonymitě. Vystupování lze chápat jako prezentaci osoby, kterou by jedinec chtěl být, a mnohdy tato prezentace přerůstá až v exhibici. Autoři Čermák a Navrátil upozorňují na podobnost virtuální reality s primárními symptomy schizofrenie. Podobně jako při schizofrenii má člověk v případě působení virtuální reality přerušeny schopnosti asociace, emoční labilitu a tendenci k autistickému zpracování vnímaného. Obava ze ztráty originality myšlení, pocitu odcizení, stírání hranic mezi světem reálným a virtuálním a obtížného návratu do světa reálného je na místě. Následkem může být zvýšená agresivita, ztráta kontaktu se sociálním prostředím, deprese spojené s autoagresivními tendencemi (Vybíral, 2000, s. 154). S rostoucím pokrokem a vývojem nejrůznějších technologií rostou i možnosti šikany. Šikana, která zneužívá mobilní telefon či Internet se nazývá kyberšikana.

Kyberšikana

Šikana probíhá i v kyberprostoru se zachováním svých rolí. Obsahuje podobné prvky, jako klasická šikana s tím rozdílem, že se neděje tváří v tvář. Jedná se o psychické násilí a symbolickou agresi, která je záměrná, stupňuje se a vede k „rozleptávání“ identity oběti. Tento druh šikany využívá zákeřnějších zbraní, jako je mobilní telefon a Internet, a to formou SMS zpráv, videí, živých e-mailů, fotografií, vytváření webových stránek či internetových anket. Dalším a velmi významným negativním znakem je skutečnost, že má mnohem širší publikum a nelze před ní utéci. Může nás dostihnout prakticky v jakémkoliv čase a to i na místech, kde se člověk dříve cítil dobře a bezpečně.

Kyberšikana má ovšem i jistá pozitiva, která mohou napomoci při řešení daného problému:

- *Tím, že si agresor nahrává, či fotí svou oběť, získáváme důkaz, který lze později použít,*

- *tzv. kyberotisky, což je například možnost vyhledat tvůrce dle IP adresy počítače, možnost spolupráce s mobilními operátory a správci sociálních sítí (Dovrtělová, 2011, s. 8).*

2 DOPAD MÉDIÍ NA VÝVOJ DÍTĚTE

Problém spojený s pochopením vlivu médií na jedince vystihuje poznámka profesora Jamese Pottera: „*Média jsou všeprostupující a jsou všude kolem nás jako počasí. A jako počasí je i vlivy médií těžké předvídat, jelikož těchto vlivů je velký počet a jejich vzájemné vztahy velmi složité*“ (Jirák, 2009, s. 322).

To, do jaké míry mají média vliv na vývoj dítěte závisí na mnoha faktorech. Jedním z důležitých činitelů je věk dítěte. Ten totiž souvisí s vývojovými aspekty jako jsou kognitivní funkce, úroveň mentálních schopností, rozvoj myšlení a kritického pohledu, mediální gramotnost či psychická odolnost. „*Psychická odolnost se mění a vyvíjí v průběhu celého života člověka. Důležité předpoklady k odolnosti se však výrazně formulují již v raném dětství*“ (Berthotyová, 2009, s. 18). Míra psychické odolnosti souvisí s mírou zvládnání náročných situací a vyvíjí se v závislosti na výchovném prostředí.

2.1 Etapy lidského duševního zrání s televizní obrazovkou

Suchý (2007, s. 35-39) rozlišuje několik etap duševního zrání dítěte s televizní obrazovkou.

1. (3-4 roky) Od třetího roku života, tedy od věku, kdy dochází k ukončení procesu separace a individualizace, je dítě schopné vnímat film se zaměřením jednotlivosti. Dítě se převážně zajímá o scény, do kterých může promítat svou zkušenost. Poprvé se může objevit napodobování zobrazovaných aktivit.
2. (4-6 let) Od čtvrtého roku je inteligence symbolického myšlení nahrazována myšlením intuitivním, neboli názorovým. Dítě napodobuje to, co vidí. Pokud shlédne scénu s agresivními prvky, může toto chování napodobovat, a to platí i u dětí vyrůstajících ve zdravé rodině, pokud jsou takovým scénám vystavovány opakovaně.
3. (6-8 let) Mezi šestým a osmým rokem se dítě nachází ve stádiu konkrétních kognitivních operací, kdy je schopné chronologicky seřadit promítnuté scény. V případě dobrého citového zázemí dokáže dítě uplatnit obranné mechanismy na straně jedné a schopnost vcítění a soucitu na straně druhé. Důležitým prvkem, který se začíná ob-

jevovat, je touha konfrontovat divácké zážitky s ostatními. Schopnost a chuť rodiče o pořadu hovořit může významně snížit riziko negativních vlivů médií.

4. (9 - 10 let) V tomto věku má dítě dostatek zkušeností, aby rozeznalo rozdíl mezi realitou a fikcí. Detaily i nadále zůstávají důležité, ale schopnost rozlišit hlavní dějovou linii od vedlejší je plně vyvinuta.
5. (od 11-12 let) Od jedenácti let je dítě schopno pracovat s abstraktními pojmy, vystihnout podstatu příběhu, hledat alternativní řešení a dělat soudy o soudech. Vlivem socializace ve školním kolektivu naplno fungují sociální sítě, kde hraje možnost sledování televize významnou roli.
6. (12 a výš) Teprve od dvanácti let si děti začínají uvědomovat hlavní záměr reklamy. V souvislosti s věkovým vývojem a vývojem kognitivních funkcí se také mění zaměřenost a vkus dítěte na televizní pořady.

2.2 Příčiny rostoucího projevu násilí u dětí

„Glorifikace násilí v pokleslých masmediálních produkcích přerůstá v obecnější toleranci agresivního instrumentálního chování, sloužícího k dosažení úspěchu za každou cenu.“

(Čermák, 1999, s. 7)

Agrese

Agrese patří k dispoziční výbavě každého člověka a záleží na každém jedinci do jaké míry je schopen s touto dispozicí pracovat a do jaké míry se nechá ovlivnit násilnými obsahy, prezentovanými v médiích. *„Agresiou označujeme najčastejšie útočné správanie, ktoré obyčajne nastupuje ako reakcia na skutočné alebo iba zdanlivé ohrozenie vlastnej (predovšetkým) moci, najčastejšie ako prejav hnevu“ (Ondrejko, 2001, s.71).*

Většina experimentů, zaměřených na zjišťování příčin agresivního chování, dospělo k závěru, že se zvyšujícím se výskytem podnětů vzrůstá počet agresivních odpovědí. Blíže se teoriemi mediálního násilí bude zabývat kapitola 2.5

Dle autorů Fischera a Škody (2008, s. 187-188) je *„významné poukázat detailněji na patologické jevy v rodinném prostředí. Vzhledem ke zkušenostem z praxe můžeme totiž konsta-*

tovat, že se jedná o faktory, mající pro rozvoj poruch chování a pro problémy v sociálních vztazích zásadní význam“.

Rodina je nejdůležitější sociální skupina, ve které člověk žije a vyvíjí se. Rodina je zdrojem vzorců chování, slouží k uspokojování základních potřeb a poskytuje svým členům zázemí, které je nutné ke společenské seberealizaci. Je také zdrojem hodnot, které mají svá specifika a na jejichž základě se odvíjí chování lidí vůči svému okolí. Rodina plní řadu funkcí: biologickou, sociální, ekonomickou a psychologickou. Nenaplnění některé z těchto funkcí může vést k negativnímu vývoji jedince, poruchám chování či jiným patologickým jevům. V takovémto případě hovoříme o dysfunkční rodině.

2.3 Násilí v médiích a jeho formy

Násilím lze označit jakýkoliv akt, který způsobuje újmu jedinci, sociální skupině, ale i státu či národu. Je výsledkem určitého lidského jednání, kde je hlavním znakem úmysl. „*Násilí v médiích je explicitní vizuální znázornění aktu agrese (nejčastěji fyzického útoku, napadení nebo útočného chování) jedné lidské bytosti vůči druhé*“ (Urban, 2011, s. 187).

Mnohé domácí i zahraniční výzkumy potvrzují rostoucí podíl reálného násilí ve zpravodajských relacích a rostoucí podíl fiktivního násilí nejen u filmů, zaměřených na tuto tematiku. Suchý uvádí ve své publikaci Mediální zlo (2007, s. 13), že v České republice věnuje průměrně dítě 25 hodin týdně sledování televize, přičemž průměrné třináctileté dítě vidělo 52 tisíc vražd, znásilnění, či jiných loupežných přepadení. Zahraniční výzkumy (především americké a německé) jsou mnohem početnější, přesnější a dlouhodobější. Závěry z těchto výzkumů poukazují na to, že by ročně ubylo deset tisíc vražd a sedmdesát tisíc znásilnění, kdyby z obrazovek zmizelo násilí. Jeden z nejnovějších výzkumů uvádí, že Američané jsou každé čtyři minuty vystaveni násilné scéně na obrazovce a v současnosti je věnováno 70 až 80 % hlavního vysílacího času pořadům s násilnickou tematikou.

Ovšem je zapotřebí brát v potaz i to, že televize může mnohdy sloužit jako kulisa při domácích pracích, psaní úkolů, při jídle apod. Toto „diváctví“ potom značně zpochybňuje výzkumy, založené na kvantitativních metodách, zabývající se zjišťováním doby strávené před obrazovkou.

2.4 Druhy mediálního násilí

Urban (2011, s. 188) rozlišuje pět forem násilí zobrazovaných v médiích.

1. Samoučelné konzumní násilí – násilí je často vytržené z kontextu (horory, kriminálky, akční filmy).
2. Reálné násilí – zahrnuje televizní zpravodajství, záběry z válek, nehod a katastrof.
3. Abstraktní násilí – tento druh násilí vzbuzuje obavy z nadpřirozených a paranormálních jevů (sci-fi filmy a různé mysteriózní filmy).
4. Destruktivní násilí – tato forma se často vyskytuje v hudebních klipech, kdy aktéři vše bezdůvodně ničí, demolují a ohrožují své okolí.
5. Měkké násilí – vyskytuje se v dětských filmech, pohádkách a programech pro děti. Má méně drastický průběh.

Vliv médií na osobnost člověka nejen při inspirování k páchání zločinu je předmětem mnoha studií a výzkumů. Názory odborníků se v některých případech diametrálně liší a jsou ovlivněny historickým vývojem vztahu médium – jedinec. Část zastává názor, že média hrají pouze doplňkovou úlohu, jiní naopak tvrdí, že mohou být hlavním spouštěčem kriminálního chování. Všichni se ovšem shodnou na faktu, že ve společnosti existují ohrožení jedinci, na které může mít nadměrný konzum mediálního násilí negativní vliv. Suchý (2007, s. 66) vymezil rizikovou diváckou skupinu u dětí následovně: „*je mladší dvanácti let, sleduje televizi tři a více hodin denně, mezi jeho oblíbené pořady patří akční, násilné a hororové filmy, které zobrazují především nebezpečné televizní násilí tak, jak bylo definováno výše (tedy samoučelné, bagatelizující, legitimizované jako sebeobrana či běžná strategie chování, vytržené z kontextu či adorované), nežije ve spořádaném sociálním prostředí a je vybaven silnější dispozicí k agresivnímu chování. Tuto skupinu není možné omezit pouze na mužské pohlaví*“.

2.5 Teorie mediálního násilí

V dnešní době jsou to právě média, která se podílejí na socializaci jedince. Nové informační technologie mají velký vliv na chování jedince, především dětí a mládeže, kteří ještě nemají dostatečně utvořené vlastní postoje a názory. Média podávají informace o životě, vztazích, světě jako takovém, a tudíž mohou být zdrojem názorů a myšlenek, které se k dítěti dostávají.

2.5.1 Studie založené na experimentu krátkodobého efektu.

Suchý ve své publikaci Mediální zlo (2007, s. 41-45) uvádí několik teorií mediálního vlivu na agresi jedince.

Teorie sociálního učení – teorie kognitivní podpory

Opírá se o předpoklad Bandury, že agrese je naučená. Televize je vzorem pro agresivní chování, který dítě převeze a napodobuje. Stejně tak sem mnoho odborníků řadí i vliv počítačových her s agresivní tematikou, které funguje na principu odměn, získávání bodů, postupem do dalšího kola apod. Grafika těchto her se natolik zdokonaluje, že je téměř na úrovni realističtějšího televizního vysílání. V poslední době je hraní počítačových her spojováno s tzv. šílenými dětskými střelci. Bandurova teorie byla posléze rozšířena o teorii kognitivní podpory. Tato teorie vyjadřuje názor, že jedinec s nízkou kognitivní schopností spoléhá na vnější zdroje, kterým je např. i televize. Huston je ale naopak toho názoru, že škodlivý vliv mediálního násilí se vyskytuje převážně u dětí inteligentních.

Albert Bandura

Významný americký psycholog a profesor na Stanfordské univerzitě narozený r. 1925 v Kanadě. Autor teorie sociálního učení a teorie self-efficacy. Představitel kognitivní psychologie. Ovlivnil psychologii osobnosti, psychoterapii. Zvolen prezidentem Americké psychologické asociace. Majitel ceny za význačný vědecký přínos (1980) a vynikající celoživotní přínos psychologii (2004).

Self-efficacy (= sebeuplatnění; vnímaná osobní účinnost)

Teorie, která se zabývá vnímáním osobní účinnosti v procesu vývoje a socializace osobnosti. Jedinec je přesvědčen o kontrole nad událostmi a o možnosti ovládat svůj život. Uvědomění si, že je schopen řídit chod dění svého života souvisí s lepším zvládnutím životních těžkostí. Vysoké očekávání sebeuplatnění napomáhá tvorbě optimistických postojů, plnění obtížných životních úkolů, je chápáno, jako výzva. Souhrnně lze říci, že lidé, kteří si uvědomují moc kontrolovat vlastní chod dění, se lépe vypořádají s nepříznivými událostmi a lépe zvládají vlastní emocionální stav (zdroj: <http://self-efficacy.webnode.cz/>).

Hlavním zdrojem informací o vnímání osobní účinnosti je zkušenost se zvládnutím úkolu tzv. „**Mastery experience**“ (postupné zvyšování nároků na dítě), čímž se zvyšuje jeho psychická odolnost.

Katarzní teze – neboli teorie inhibice

Je opačného názoru, než teorie sociálního učení. Tvrdí, že sledování násilí dětským divákem snižuje odhodlání projevit vlastní agresivitu, ba dokonce způsobuje strach z agrese. Násilí má tedy pozitivní efekt. Divák má možnost svou agresi vybit prostřednictvím vlastní fantazie a sebeidentifikací s agresivním hrdinou ve filmu.

Teorie habitualizace – snížení kontroly

Opakované vystavení vizuálního násilí vede ke „z necitlivění“. Násilí zevšední a dítě se stává vůči reálné agresi tolerantnějším.

Teze stimulace

Odhodlanost k agresivitě přímo úměrně stoupá se zvyšujícím sledováním násilných obsahů.

Teorie neúčinnosti

Jak již název napovídá, je tato teorie toho názoru, že mediální násilí není pro genezi skutečného násilí významné. Zastánci této teorie jsou toho tvrzení, že doposud žádný výzkum nedokázal přímou souvislost mezi mediálně prezentovaným násilím a násilím skutečným. Tato teorie je ovšem až příliš zjednodušená a danou problematiku spíše bagatelizuje.

Teorie ospravedlňování zločinů – preference násilí

Tato teorie se přiklání k názoru, že jedinci s agresivními sklony vyhledávají pořady s násilnickou tematikou. U této teorie Suchý poukazuje na to, že někteří autoři jsou přesvědčeni o tom, že některé televizní pořady napomáhají dítěti k lepšímu učení se

prosociálnímu chování. Je ovšem nutné zamyslet se nad tím, že pokud pozitivní pořady posilují prosociální chování, pak ty negativní musejí posilovat chování asociální, ale jedince prosociálního v asociála nepromění (jakožto i naopak).

2.5.2 Longitudinální výzkum

Longitudinální výzkum se řadí spolu s korelačním výzkumem, srovnávacím výzkumem a případovou studií mezi výzkumy neexperimentální. Na rozdíl od experimentu krátkodobého efektu, se soustředí na ... „, *zkoumání delšího časového období, většinou několika let, na sledování zvolené populace systémem několika vzájemně spjatých nebo navazujících výzkumných šetření*“ (Jeřábek, 1993, s. 54). Suchý (2007, s. 46) zmiňuje několik longitudinálních studií, z nichž nejznámější je tzv. Centerwallova studie. Tato studie se týkala kanadského městečka Notel, jehož obyvatelé získali televizní signál až v roce 1973. Psychologové tuto skupinu lidí srovnávali v průběhu dvou let se skupinami obyvatel, které měly televizi k dispozici již delší dobu. Zaměřili se převážně na projevy agresivity u dětí a výsledkem bylo zjištění, že se fyzická agresivita u dětí z městečka Notel za dva roky zvýšila o 160 procent. Podobně vědci zkoumali sto trestanců, vězněných za násilné trestné činy, a došli ke spojitosti mezi pácháním násilí a sledováním pořadů s násilnou tematikou v dětském období. Stejně tak i v případě třetího výzkumu, kdy po zavedení televize stoupl počet zabitých bělochů v USA, Kanadě a JAR o 130 procent.

Z výše uvedených výsledků studií se lze domnívat, že existuje jistá paralela s městečkem Notel a rokem 1989 v Československé republice, kdy se v televizi objevily nové filmy a na scénu vstoupila nová programová skladba, obsahující, mimo jiné, mnohem více násilí.

Přikláním se k názoru, že k negativnímu vlivu mediálního násilí a všeobecně nadměrnému sledování televize budou náchylnější děti, které mají určité predispozice k agresivnímu, ať už vývojové, či výchovné chování, a to pouze ve smyslu posílení této predispozice.

2.6 Teorie kopírovacího efektu

Autorem této teorie je americký sociolog L.Coleman. Stejně tak se touto teorií zabývá i kalifornský sociolog D. Philips, který ji nazval Wertherovým efektem. Coleman tuto teorii definuje jako fenomén, který inspiruje násilný čin u většího množství uživatelů médií. Vychází z předpokladu, že informace získané z médií jedinec přebírá „jako přes

kopírák“. Philips svou teorii aplikoval přímo na případy sebevražd převážně v důsledku sebevraždy známé osobnosti, která byla pro mnohé idolem. Kopírovací efekt se v poslední době vyskytuje především při pravidelně se opakujících masakrech na amerických školách. Násilné cykly se opakují a přicházejí vždy v období, kdy je veřejnost detailně informována o těchto událostech (Urban, 2011, s. 196-197)

3 DÍTĚ SITUOVANÉ V DNEŠNÍ DOBĚ

„Važ si každého člověka, ale stokrát víc si važ dítěte a střeš se, abys neporušil jeho dětské čistoty“.

Alexej Nikolajevič Tolstoj

(Zdroj: <http://www.citaty-slavnych.cz/>)

3.1 Historický vývoj pohledu na osobnost dítěte

Vztah k dítěti, porozumění jeho dětství či zacházení s dítětem prošlo z historického hlediska mnoha etapami. Mnohé standardy, uplatňované v minulosti, by se dnes mohly zdát kruté, nelidské a nepřijatelné. To, jak bylo s dítětem nakládáno, je odrazem specifik dané doby, hodnotovým žebříčkem, postavením žen ve společnosti, problémy tehdejší doby, životními okolnostmi, kulturním systémem apod. ... *“vztah k dítěti je něčím, co má svá úskalí, vývoj, své šance i problémy, jež je třeba řešit. Vztah k dítěti je ve svém vývoji významným aspektem objevování člověka člověkem“* (Helus, 2009, s. 17).

Každé období se vyznačuje určitými negativními vlivy, které na dítě působí a které jsou pro danou dobu specifické. Dnes je dítě považováno za plnohodnotnou bytost, která disponuje určitými právy a povinnostmi a náležitou právní ochranou. Z historického hlediska ovšem existují mnohé případy, které toto tvrzení zpochybňují.

Příklady z minulosti

Helus (2009, s. 17-36) se ve své knize *Dítě v osobnostním pojetí* zabývá dějinami dítěte a dětství, kde popisuje několik období, která nazývá dějinami prohřešků, páchaných na dítěti.

Období římských myslitelů a filozofů (4. st. př. n. l.) zastávalo názor, že nekvalitní potomstvo při porodu (slabé, či postižené) je zapotřebí zahubit. Tak se i praktikovalo. Podobně se dělo i v případě, kdy už rodina měla tolik dětí, že by o další nemohlo být postaráno. Proti těmto praktikám vystoupil jako první křesťanský císař Konstantin, ale rezolutně zasáhl až jeho pozdější následovník, císař Theodosius.

Ve starém Římě se požadovaným projevem péče o kojence stalo tzv. zavnutí do povijanu, a tento požadavek přetrvával v některých vrstvách až do konce 19. století. Dítě bylo zavi-

nuto pevným pruhem látky tak, že nemohlo pohnout žádnými končetinami ani hlavou. Takto zůstávalo v sevření i dlouhou dobu, pomočené, pokálené, bez možnosti vzájemné interakce s matkou. Prvními průkopníky, kteří vystoupili nejen proti používání povijanu, byli J. Lock a J. J. Rousseau.

Ve starověku byly na denním pořádku nepřiměřené tělesné tresty, a to jak ze strany rodičů, tak ze strany vychovatelů a rétorů ve školních zařízeních. Jako první proti tělesným trestům vystoupili Jan Zlatoústý či svatý Augustin, který se ve svém díle Vyznání přiznává k tomu, že by raději volil smrt, než být opět dítětem.

Pro 16. století bylo typické nekojení vlastních dětí a jejich odkládání za poplatek náhradním matkám. Tato praxe byla typická pro šlechtické rody a majetné obchodnické rodiny. Matka zpravidla kojila pouze svého prvorozeného syna jakožto následovníka, a další děti byly i na dobu několika let přenechány rodinám na venkově. Hlavním znakem této doby byl citový distanc vůči dětem, vyjadřovat vroucí cit bylo nežádoucí a nevkusné. Následkem nejen odcizení, ale i častých epidemií byla vysoká úmrtnost dětí. Odcizení dítěte od rodičů lze považovat za určitou psychickou obranu rodiče. Jestliže neměl rodičovský cit možnost vzniknout, tím lépe se rodič vypořádal se smrtí svého potomka.

Vždy ale byla velká část rodičů, jejichž vztah k dítěti byl láskyplný. Tak, jako se objevovaly formy výchovy pro nás dnes nepochopitelné, vytvářely se i příklady soucítění s dítětem. 16. – 18. století je obdobím významných osobností, které lze považovat za předchůdce obratu k dítěti. Jsou jimi J. Locke, J. J. Rousseau, J. H. Pestalozzi a J. A. Komenský, kteří snoubí lásku k dítěti s výchovou. „*Nad zlato dražší klenot jest dítě, ale nad sklo křehčí. Snadno se mu může ublížit a škoda odtud nesmírná...*“ (Komenský, 2004, s. 33).

Dalším obdobím, které se ukázalo jako bezohledné vůči právům dítěte, bylo období průmyslové revoluce. „...existencia mládeže bola vynájdená a objavená rovnako tak ako parný stroj“ (Ondrejko, 2001, s. 230). Vnímání tehdejší společnosti vůči utrpení dětí bylo takové, že dítě bylo považováno za malého dospělého, který si na strádání zvyká lépe, než dospělý člověk. Ondrejko (2001, s. 229) uvádí, že přechod z dětství do role dospělého se odehrával přibližně mezi osmým až desátým rokem a dále. Toto období trvalo téměř sto let, než se objevily první zákony, které alespoň do určité míry zregulovaly kruté pracovní podmínky dětí v továrnách.

Od poloviny 18. století dochází k velkému zlomu co se pohledu na dítě týče. Začíná období povinné školní docházky, které Philippe Ariés nazval „zeškolšťování dítěte“ (Helus,

2009, s. 32). Na českém území byla povinná školní docházka zavedena Marií Terezií v roce 1774 pro děti ve věku šest až dvanáct let. Tento proces je procesem pozvolným, etapovitým a s nejrůznějšími reformami pokračuje dodnes. „*Vztah k dítěti přestává být jednoznačným, ba ono samo sobě se stává nejednoznačným – nejednoznačným v tom, kým je, kým má být, kým se ještě může či už nemůže stát...*“ (Helus, 2009, s. 33).

Od 20. století mnozí psychologové, filozofové či pedagogové, v návaznosti na své předchůdce, vyzdvihují pozitivní kvality dětství. Počátek 20. století je obdobím, kdy je dětství považováno za životní etapu a je ve znamení reformní pedagogiky. V psychologii se osobnost dítěte stává důležitým předmětem bádání. Vznikají mnohé proudy psychologického myšlení, které se svými přístupy liší. Psychoanalýza, neopsychoanalýza, humanistická psychologie, kognitivní psychologie aj.

Jak je vidět, prošel vývoj pohledu na dítě během několika staletí velkými proměnami. Měnily se metody výchovy, způsoby, jak se o dítě pečovalo, postavení dítěte v rodině atd. Mnohé výchovné postupy způsobovaly dětem utrpení. Je ovšem nutné brát na vědomí, že se tak nedělo v důsledku nedostatečné lásky, ale nedostačujících znalostí o povaze dítěte a jeho potřebách. Všechny tyto pohledy, ať už byly správné, či nesprávné, napomohly k lepšímu porozumění osobnosti dítěte, staly se inspirací pro další myslitele, díky kterým je dnes na dítě pohlíženo jako na bytost, která potřebuje láskyplnou oporu, přiměřenou autoritu a volnost ve svém rozhodování.

3.2 Současný stav společnosti a předpokládaný vývoj do budoucna

Společnost se stále vyvíjí a je zapotřebí zauvažovat nad tím, jakým směrem se bude vyvíjet do budoucna. Tato nelehká otázka je předmětem studia mnoha sociologů. I přesto, že se lidé začali více zajímat o pravdivost předkládaných informací a již bezhlavě nepřijímají vše, co jim média nastolí, není mediální gramotnost společnosti dostačující. Současný svět je právem označován za hyperkonzumní, jelikož stále u mnohých jedinců zůstává na prvním místě honba za majetkem a uspokojováním materiálních potřeb před potřebami sociálními. Společnost potřebuje celkovou kulturní proměnu, kde základní hodnoty a principy jako láska, spolupráce, odpovědnost, skromnost či altruismus nahradí dnes zažitou, tolerovanou a mnohdy i obdivovanou bezohlednost, závist, sobectví a chamtivost.

Hodnotový systém dnešní mládeže je z velké části odrazem hodnotového systému jeho vlastních rodičů. Jak uvádí Sekot (2006, s. 202), mládež je vysoce dynamická a vnitřně variabilní kategorie, která postupně přejímá nové role a osvojuje si mechanismy dospělých (rodičů), čili si aktivně osvojuje společenské hodnoty, normy a vzorce chování. I přesto, že záleží na věku, dosaženém vzdělání či sociálních skupinách, se kterým mladý člověk přichází do styku, je právě rodina onou nejdůležitější sociální skupinou, která má na něj velký vliv.

3.3 Fáze vývoje současné rodiny

V posledních šedesáti letech prošla rodina velkými proměnami, které Sullerová popisuje ve třech fázích.

1. První fáze spadá od doby po druhé světové válce do doby první poloviny šedesátých let. V důsledku konce druhé světové války nastává období nejistoty, poválečné bídy, otřesení naděje v samých základech. Do popředí se tudíž dostává rodina jako jediný základ jistoty ve světě. Nastupuje tzv. „baby boom“ – strmý nárůst natality, kdy společnost touží po štěstí, které má vystřídat doby hrůz a strádání, a nárůst nových nadějí, že nyní již bude dobře. Rodina má prioritní postavení a s tím souvisí nástup humanistické psychologie a reformní pedagogiky.
2. Druhá fáze je vyznačována „vystřízlivěním“ z předešlého opojení rodinnými hodnotami. Nastupuje v polovině šedesátých let a trvá do let osmdesátých. V důsledku nových možností seberealizace, budování kariéry, blahobytu se rodina stává zátěží a brzdou při naplňování těchto cílů. Dochází k zrovnoprávnění ženy s mužem, natalita strmě klesá a do popředí se dostávají nové priority jako kvalitní bydlení, cestování, zvyšování celkové životní úrovně. Ženy nejen nastupují do nových profesí, ale usilují také o vyšší vzdělání a touží po kariéře. Nastává fenomén, který je označován jako „krize rodiny“, jelikož se zvyšuje rozvodovost, zakládají se druhé a třetí rodiny, redukuje se počet dětí, narůstá užívání antikoncepce atd.
3. Třetí fáze, která trvá dodnes, bývá označována jako „postmoderní rodina“. Tato rodina je chápána pouze jako jedna z možností vedle dalších možných volených alternativ soužití a péče o dítě. (Helus, 2009, s. 72)

Kraus (2008, s. 79) ovšem zdůrazňuje, že i přesto, jakými peripetemi rodina ve svém vývoji prošla, i nadále zůstává nepostradatelnou a těžko nahraditelnou institucí nejen pro dítě, ale i pro dospělého člověka.

3.4 Znaky současné rodiny

Definování rodiny jako malé primární sociální skupiny je dle Krause (2008, s. 80) obtížné. Dnešní rodina se nachází v jiné situaci. Tradiční kritéria, která platila v minulosti, jsou pozměněna. Kupříkladu legitimní manželství již není podmínkou rodinného života, což ovšem neznamená, že taková soužití nemohou fungovat. Dle Plaňavy (Kraus, 2008, s. 80) je rodina „*strukturovaným celkem (systémem), jehož smyslem, účelem a náplní je utvářet relativně bezpečný, stabilní prostor a prostředí pro sdílení, reprodukci a produkci života lidí*“.

Stále více dětí vyrůstá v nestabilním prostředí. Vysoká rozvodovost, druhá či třetí manželství nebo tzv. „život na psí knížku“ jsou hlavními znaky současné rodiny. Z výše uvedených jevů plyne řada dalších problémů, se kterými se dítě či dospívající jedinec těžce vyrovnávají a zatěžují jejich emoční prožívání.

Sociální změny ve společnosti zapříčinily i změnu zaměření jedince na hodnoty, postoje, stereotypy a zájmy.

Mění se role muže a ženy, ekonomický tlak si vyžaduje ekonomickou aktivitu u obou rodičů, a tím vytlačuje péči o dítě jako hlavní prioritu společného soužití. Přejít od nukleárního typu rodiny k současné tzv. krizi rodiny, kdy je rodina determinovaná mnoha aspekty.

Rodina plní několik základních funkcí, jejichž hierarchické postavení se vlivem vývoje společnosti v čase mění. V současnosti se do popředí stále více dostává funkce ekonomicko-zabezpečovací, před funkcemi biologicko-reprodukční a socializačně-výchovnou. Právě třetí zmiňovaná funkce má být zaměřena hlavně na výchovu a péči o dítě, porozumění jeho potřebám a prosazování jeho nejlepšího zájmu.

Novým a stále se rozšiřujícím fenoménem dnešní doby je morbidita v oblasti psychických poruch, která se vyznačuje poruchami komunikace a zvyšující se agresí u dětí. Tyto poruchy jsou způsobeny roztříštěností výchovného způsobu a hodnot či cílů výchovy, partnerskými konflikty.

Znaky současné postmoderní rodiny:

- plánování rodičovství a rodičovství v pozdějším věku. Přednost má kariéra před zakládáním rodiny,
- přibližně 40 % manželských svazků dnes končí rozvodem, typická jsou opakovaná partnerství,
- neschopnosti vzájemné komunikace manželů. Komunikace se odehrává pouze na povrchní úrovni. Chybí hlubší význam a hledání příčin,
- rodičovská péče je zúžena na zabezpečení materiálních prostředků na úkor výchovy a věnování se dítěti v jeho volném čase. Materiální má přednost před duchovním,
- nedostatečný výchovný vzor, úpadek morálních hodnot, ztráta úcty k hodnotám, k člověku samému,
- omezení v oblasti vícegeneračního soužití. Typická je nukleární rodina, popřípadě žít „singl“,
- mnohé funkce rodiny převzaly nové sociální instituce, a naopak rodina převzala mnohé nové funkce,
- pozdní odchod dítěte od rodiny, který souvisí s dožíváním se vyššího věku.

3.5 Konzumní a medializované dětství

Současné dětství je dle Heluse (2009, s. 77) charakterizováno následujícími přívlastky: medializované, konzumní, scholarizované, proplánované namísto zanedbanému, emocionálně přetížené a agresivní namísto viktimizovanému.

3.5.1 Konzumní dětství

Současná společnost je často nazývána společností konzumní. K tomuto přívlastku zajisté přispívá stále se vyvíjející tržní hospodářství se svými rozmanitými nabídkami. Nejinak působí i na dítě, které je vydáváno na pospas působení nabídek trhu a reklamy. Nejen děti, ale i dospělí, kteří jsou pro dítě vzorem, nedokáží těmto nabídkám odolávat.

Otázky vyšších cílů a hlubšího smyslu ustupují stranou na úkor uspokojení materiálních potřeb. Tento proces je spojen s ustavičným obstaráváním a pořizováním nových, kvalitnějších, dokonalejších a hodnotnějších statků. Je těžké tomuto koloběhu odolávat, jelikož

se nové pojetí hodnotového žebříčku stalo zvyklostí a normou. K narůstajícímu konzumnímu stylu života přispívají nemalou částí banky a jiné instituce, které nabízejí nejrůznější druhy půjček. Důsledkem je mnohdy pocit jedince, že k uspokojení materiálních potřeb ani nepotřebuje peníze a stává se obětí začarovaného kruhu mezi splátkami, výplatou a zabezpečením rodiny. Všechna tato negativa se nemalou částí dotýkají také dítěte. V případě, že není dítě vybaveno hlubšími hodnotovými orientacemi, stává se také obětí konzumu.

Jednotlivá úskalí:

Současné dítě je již od útlého věku vystaveno působení stále rafinovanějších výrobků hračkami počínaje a pamlsky konče. Technická dokonalost některých výrobků je taková, že již v dítěti nevzbuzuje žádné vlastní prvky fantazie, ba naopak, působí na jeho vnímání a motivy. (Helus, 2009, s. 81)

Dítě, které pochází z materiálně zabezpečených rodin mnohdy nedokáže ocenit pravou hodnotu věcí. Peníze jsou pro něj samozřejmostí. Rodiče těchto dětí často bývají podnikatelé či kariéristé, kteří na dítě nemají dostatek času, a proto danou situaci kompenzují finančními odměnami, které vlastně ani nejsou odměnou, jelikož si je dítě ničím nezaslouží. Kapesné by mělo dítě dostávat zhruba od sedmého roku života, kdy už dokáže pochopit hodnotu peněz. Na prvním stupni základní školy by částka neměla přesáhnout 200,-- Kč měsíčně. Peněžité odměny za dobré známky či pomoc při domácích pracích (mohou být pro dítě silně motivující), je dobré ukládat na spořicí účet. Takto se dítě učí již od útlého věku hospodařit a uvědomovat si hodnotu peněz.

Dalším příkladem je dítě pocházející s nemajetné rodiny, která nemá prostředky na to, aby mu pořídila věc, která je momentálně ve třídě moderní apod. Takové děti bývají často vystaveny v lepším případě posměchu, v horším případě šikaně od svých spolužáků.

Častým případem v poslední době bývá z důvodu nutnosti překonání nějaké těžké situace či nudy nepotřebné nakupování nebo alespoň bloumání po obchodech a utěšování se, že: “až budu mít peníze, tak si tohle všechno koupím“.

3.5.2 Medializované dětství

Mediální svět se stal každodenní součástí života dospělých i dětí. Média náš život určitým způsobem obohacují a otevírají nové možnosti, např. v oblasti vzdělávání, a to nejen zdra-

vých jedinců, ale díky technologickému pokroku i u jedinců hendikepovaných. Dále, jak uvádí Helus (2009, s. 77), média relativizují význam času a prostoru, tzn. možnost navazovat kontakty či kooperovat bez omezení vzdálenostmi. To je ovšem pouze jedna stránka věci. Ta druhá je spojena s mnohými riziky, která média přinášejí. Posílení nežádoucích postojů a sklonů, závislost, „...je narušen vývoj osobní identity, ztrácí se smysl pro pravdu a ryzost vlastního života“ (Helus, 2004, s. 66), nebezpečí zneužití, zvyšující se technologická úroveň a rozšiřování mezi stále větší množství lidí je spjata s větším rizikem rozšíření nejrůznějších patologických jevů, jako kyberšikana (šikana probíhající v kyberprostoru), sexting (rizikové sdílení či posílání materiálů s intimní tematikou) a kybergrooming (psychická manipulace na dětech realizovaná prostřednictvím informačních technologií). Prevence těchto jevů, a to především formou kritického a uvědomělého zacházení s novými médii, je úkolem výchovných institucí, jimiž jsou v první řadě rodina a škola. Nápomocna může být i speciální forma výchovy, která je nazývána mediální. Ta slouží k potlačení negativních vlivů působení médií na jedince a napomáhá rozpoznat a účinně využít vlivy pozitivní.

3.6 Mediální výchova a gramotnost

„Největším uměním je ubránit se 99,99 procentům všech nabízených informací, které nejsou potřeba (a samozřejmě beze zbytku zužitkovat tu poslední setinku)“

Thomas Hylland Eriksen

(Urban, 2011, s. 24)

Orientace člověka ve světě ve kterém žije a pochopit, jak roste vliv médií na formování chování a postojů jedince není v současné pozdně moderní společnosti nikterak jednoduché. K tomuto je zapotřebí určité vybavenosti, jež se nazývá mediální gramotnost. K prohlubování a zvyšování mediální gramotnosti slouží mediální výchova.

Dle Urbana (2011, s. 23) má mediální gramotnost dvě složky. Znalostní a dovednostní. Dovednostní složka představuje schopnost rozvíjení a získávání praktických dovedností při práci s médii, schopnost maximálního využití médií k vlastnímu užitku, složka znalostní zase zahrnuje poznatky o historickém vývoji médií, znalost možnosti zneužití médií, principy fungování aj.

V dnešní době“ *lze mediální gramotnost považovat za zastřešující pojem, který v sobě zahrnuje gramotnost informační, funkční a další sociálně-komunikační kompetence nutné pro život v informační společnosti*“ . (<http://www.muni.cz/research/publications/991906>)

Mediální gramotností se také zabývá evropský parlament, jenž vydal **Směrnici Evropského parlamentu 2007/65/ES** a **Směrnici 2010/13/EU** o Audiovizuálních mediálních službách, které shodně uvádějí, že: „*Mediální gramotnost se týká dovedností, znalostí a porozumění, které spotřebitelům umožňují efektivní a bezpečné využívání médií. Mediálně gramotní lidé by měli být schopni provádět informovanou volbu, chápat povahu obsahu a služeb a být schopni využívat celé šíře příležitostí, které nabízejí nové komunikační technologie. Měli by být schopni lépe chránit sebe a své rodiny před škodlivým nebo urážlivým obsahem*“ . (http://artslexikon.cz/index.php/Gramotnost_medi%C3%A1ln%C3%AD)

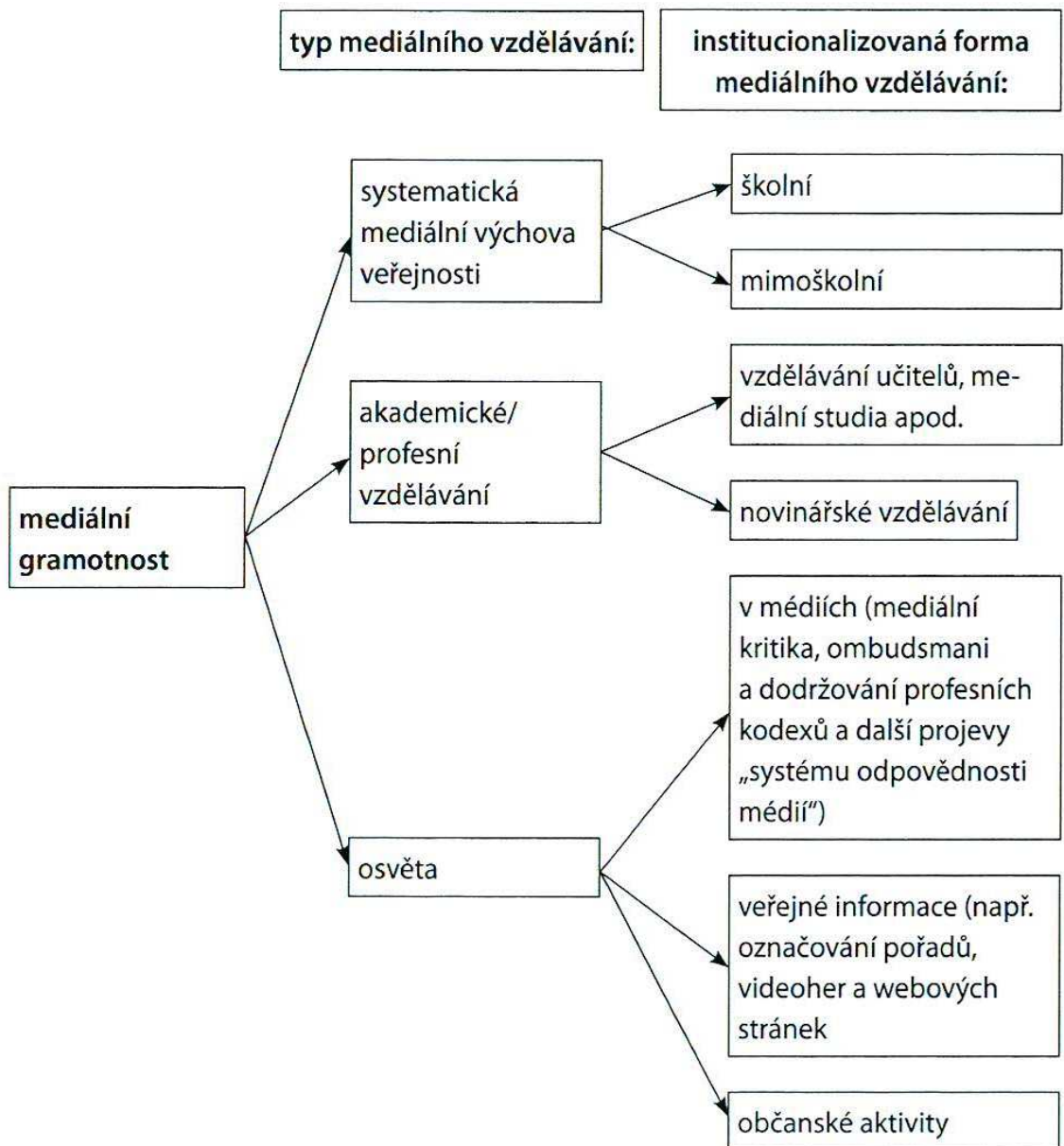
Vývoj mediální výchovy

V souvislosti se společenskými, kulturními a ekonomickými proměnami a stále rostoucím tlakem médií se zvyšuje potřeba mediální gramotnosti, s čímž může napomoci mediální výchova.

I když ideu mediální výchovy nalezneme již v úvahách Jana Amose Komenského, a to formou využívání novin ve výuce, začala se školní mediální výchova budovat až na přelomu 20. a 21. století. Realizovala se tak prostřednictvím Rámcového vzdělávacího programu formou průřezového tématu Mediální výchova. Je na vůli každé školy zda a jakým způsobem zapracuje tuto složku do své výuky. Nejčastěji se tak děje formou zahrnutí tématu mediální výchovy do výuky jiného předmětu (občanská výchova, dějepis, český jazyk). Další možností je realizace mediální výchovy jako samostatného výukového předmětu, případně se může vyučovat v rámci projektové výuky. Neméně efektivní je vydávání školních novin, provoz školního rádia či webová prezentace školy.

Existuje ovšem mnoho oblastí, které nepřímo přispívají k lepší mediální gramotnosti. Oblast kultury a umění je spjata s užitím znaků a gest v médiích, jejich zvukové a obrazové produkce. Informační technologie, jakožto zdroj informací prostřednictvím digitálních a tištěných médií, kde má jedinec možnost ověřit si pravdivost údajů. Jazyk jako základní nástroj komunikace a s ním spjatá kultivace projevu v mluvené i psané formě. Osvojení komunikačních pravidel a lepší schopnost argumentace.

Dle Jiráka (2009, s. 372) se zvyšování gramotnosti děje ve více podobách a rovinách a to jako mediální výchova, mediální osvěta a v neposlední řadě profesní/odborná příprava.



Obr. 1 Složky a roviny mediální gramotnosti. Zdroj: Jirák (2009, s. 374)

4 DOPORUČENÍ K OMEZENÍ NEGATIVNÍHO VLIVU MASMÉDIÍ

„Všechna zloba pochází ze slabosti. Dítě je zlé jen proto, že je slabé. Učiňte je silným a stane se dobrým. Ten, kdo by mohl vše, nedělal by nic zlého.“

J.J.Rousseau

(Zdroj: <http://www.citaty-slavnych.cz>)

V následující podkapitole se pokusím zformulovat několik vlastních doporučení, která by měla zamezit negativnímu působení televize, počítače a Internetu.

Důležitým nástrojem k omezení negativního vlivu médií na vývoj dítěte je komunikace. Schopnost a především chuť rodičů hovořit o problémech a rizicích, spojených s působením masmédií výrazně snižuje možnost budoucího asociálního chování u dětí. K naplnění tohoto předpokladu je ovšem zapotřebí, aby si rodič našel na dítě čas. Vysoká ekonomická náročnost rozpočtu zapříčinila v posledních dvaceti letech únavu a vyčerpání, a proto se péče rodičů zaměřila převážně na zabezpečení materiálních potřeb rodiny a její organizační chod. Čas věnovaný dětem je zkrácený na řešení běžných každodenních záležitostí. Rozhovory jsou vedeny na formální úrovni a hloubka či podstata problému je řešena pouze povrchně.

Předcházení nadměrnému sledování televize

Ideálem by bylo věnovat se plně dítěti v jeho volném čase formou společných her, výletů, tvořivých úkolů a podobně. Takovéto formy trávení volného času by byly ideální nejen pro odstranění nadměrného sledování televize, ale i k předcházení jiným problémům, vedoucím k asociálnímu chování. Bohužel dnešní doba je taková, že se televize v mnoha případech stává prostředkem k zabavení dítěte v případě, kdy rodič nemá čas či chuť se dítěti věnovat. Ovšem najdou se i takové rodiny, které toto médium v domácnosti odmítají.

I přesto, že je rodič z nějakého důvodu časově vytížen, existuje několik možností, jak dítě zabavit, aniž by jako první sáhlo po televizním vypínači.

Knihy je právem považována za médium, u kterého nejsou shledány téměř žádné negativní vlivy na vývoj dítěte. Působí přímo pozitivně na rozvoj a vývin dítěte. Ať už schopností lepší komunikace, vyjadřování, rozšiřováním slovní zásoby, tak získáváním nových vědomostí a dovedností. Problémem zůstává, že stále méně rodičů sáhne po knize a nabídne ji

dítěti jakožto předmět k hodnotnému trávení volného času. Možná je to dáno tím, že již sami rodiče nejsou zvyklí tolik číst, a proto ani nemohou být vzorem pro své dítě. Vždyť i předčítání pohádek dětem na dobrou noc není v mnoha domácnostech samozřejmostí. Menším zlem než televize může být audiální nahrávka, která v dítěti alespoň probouzí fantazii, jelikož si vizuální stránku musí dotvořit samo.

Rodiče jsou plně zodpovědní za to, na jaké pořady se dítě bude dívat a kolik času sledování televize bude věnovat. Je důležité rozlišit, které pořady jsou vzhledem k věku dítěte vhodné ke sledování. Dospělý divák je zvyklý pasivně přijímat veškeré komuniké, které na něj média chrlí a nepřemýšlí nad tím, že dítě, díky menším zkušenostem a schopnostem, stejné obsahy vidí a vyhodnocuje jinak, než dospělý. Výše, v kapitole 2.1 je popsána schopnost dítěte vnímat televizní obsahy pořadů dle jeho věku, a k tomuto je dobré přihlížet. Pokud je dítě svědkem příliš krutého násilí na obrazovce, přichází na řadu komunikace mezi rodičem a dítětem. Je dobré si pohovořit o tom, proč takto děj probíhá a zda by bylo možné, aby tak probíhal i ve skutečnosti. Klást otázky typu: „Je možné problém vyřešit i bez násilí?“ Vysvětlit dítěti škodlivost násilí v médiích, možnost nepravdy v některých zpravodajstvích, která jsou pouze senzacechtivými. Vysvětlit sugestivnost reklamy a zamezit sledování kýčovitých pořadů, které nemají hlubší myšlenku a obsahově jsou prázdné.

Důležitým předpokladem je taktéž vymezení času, určený k sledování televize, tedy časově vymezený prostor od kdy do kdy se dítě může na televizi dívat.

Pocit bezpečí dítěte je spojen s vědomím, že někomu záleží na tom, jaké dítě je a jaké bude. Přirozená rodičovská autorita je důležitým předpokladem pro vyřešení trojúhelníku dítě, rodič a obrazovka.

Nejdůležitějším vzorem pro dítě jsme my, dospělí a rodiče. Proto bychom se měli zamyslet nad tím, kolik času my sami trávíme před televizní obrazovkou, a především nepoužívat televizi jako prostředek vhodný k odložení dítěte v případě, že si pro ně neumíme udělat čas.

Eliminace škodlivých vlivů počítače a Internetu

Stejně kroky, které jsou uplatňovány v případě eliminace vlivu televize na vývoj dítěte, lze uplatnit i u spolu souvisejících médií: počítač a Internet.

Nejdůležitější je samozřejmě opět komunikace mezi rodiči a dítětem. Pohovořit si o možných rizicích, souvisejících převážně s dnes hojně využívanými sociálními sítěmi. Dítě musí vědět, že se na nás může v případě potřeby či nejasnosti kdykoliv obrátit pro radu.

Zamezit dlouhému vysedávání před počítačem, nejlépe vymežit časový prostor, kdy se dítě bude moci tomuto koníčku věnovat. Dnes již není žádnou výjimkou, že si dvouleté dítě dokáže samo zapnout počítač, vyhledat ikonu Internetu či nějaké nainstalované hry a tento program spustit.

Důležitá je taktéž kontrola, jaké informace dítě na Internetu vyhledává, popřípadě nevhodné stránky zabezpečit tak, aby se k nim nedostalo.

Počítačové hry jsou dnes svou technologií tak dokonalé, že jsou mnohdy téměř nerozeznatelné od reálného života. Obzvláště ty, jejichž hlavní náplní je násilí. K takovýmto typům her by dítě nemělo mít vůbec přístup.

II. PRAKTICKÁ ČÁST

5 VÝZKUM

5.1 Metodologie výzkumu

Metodologie je soustava pravidel stanovující postupy vědeckého výzkumu, který představuje systematickou činnost, vedoucí k zodpovězení kladené výzkumné otázky. V sociálních vědách se vyskytují dva postupy tvoření nebo ověřování teorie. Jedná se o kvalitativní a kvantitativní způsob zkoumání.

5.1.1 Kvantitativní výzkum

Tento druh výzkumu vychází z přírodních věd, předpokládá, že i lidské chování lze do jisté míry měřit a předpovídat. Sběr dat je prováděn pomocí testů, dotazníků nebo pozorování pomocí náhodného výběru, experimentů nebo strukturovaného výběru. Základem kvantitativního výzkumu je **hypoteticko-deduktivní model vědy**.

Kvalitativní výzkum postupuje opačnou logikou, indukci. Začíná naopak pozorováním, ve kterém se pátrá po pravidelnostech a vzorcích. Konečným výsledkem je nová teorie. Oba přístupy se vzájemně doplňují a je potřeba je volit podle toho, co má být zkoumáno a jak to má být zkoumáno.

Výhodou kvantitativního výzkumu je vysoká **reliabilita**. „*Reliabilní měření je takové měření, které nám při opakované aplikaci dává shodné výsledky, pokud se ovšem stav pozorovaného objektu nezmění*“ (Disman, 2002, s. 57). V překladu doslova znamená spolehlivost výzkumu, tedy to, že pokud by se výzkum zopakoval, získané závěry by byly stejné. Kvantitativní výzkum naopak přináší nízkou **validitu**, protože jsou respondentovy odpovědi formovány nabízenými kategoriemi. „*Validní měření je takové měření, které skutečně měří to, co jsme zamýšleli měřit*“ (Disman, 2002, s. 57). U kvalitativního výzkumu je naopak vysoká validita a nízká reliabilita.

5.1.2 Kvantitativní výzkum

„*Kvantitativní výzkum je proces hledání porozumění založený na různých metodologických tradicích zkoumání daného sociálního nebo lidského problému*“ (Hendl, 2012, s. 50).

Hendl dále uvádí, že vychází z **teorie**, obecného tvrzení, které vysvětluje vztahy v reálném světě a převádí ji do jazyka hypotéz. **Hypotéza** je podmíněný výrok o vztahu mezi dvěma nebo více proměnnými, které lze zjišťovat a měřit a lze je také ověřovat. Za předpokladu, že teorie platí, lze očekávat, že nalezneme vztah mezi proměnnými. Pomocí **operacionalizace** se zjišťuje, co je potřeba zjistit, aby mohl být tento vztah pozorován a definován. Poté se provede samotné **měření**, díky kterému se vytvoří závěr o platnosti hypotézy, tak zvané se potvrdí nebo nepotvrdí. Tento krok ve výzkumu je označován jako **testování hypotézy**. **Verifikace** znamená, že jsou získané informace vztaheny zpět k teorii.

Z výše popsaného jsem proto volila metodu kvantitativního výzkumu, neboť jak píše Disman, kvantitativní výzkum nalézá řešení pro takové problémy, které je možno popsat v termínech vztahů mezi pozorovatelnými proměnnými. Je přesný a přináší numerická data, hodí se tak pro zmapování vybrané problematiky. Sběr dat probíhá formou dotazníků, je proto relativně rychlý a umožňuje tak zkoumání velkých skupin. Závěry lze zobecňovat. Výhodou je také, že výsledky jsou relativně nezávislé na interpretaci výzkumníka. Dotazník byl vyplňován anonymně a otázky jsou podány tak, aby byly pro všechny jasné a srozumitelné. Skládá se z dvaceti tří otázek, kde jsou v první části dotazníku zjišťovány identifikační údaje žáků, konkrétně věk a pohlaví. Zbývajících dvacet jedna otázek je věnováno přímo výzkumu, který je zaměřen na volnočasové aktivity, konzumní styl a hodnotový žebříček dnešní mládeže.

Shromáždění dat bylo prováděno v časovém rozmezí měsíců říjen a listopad 2012. Dotazníky byly vyplněny za přímé účasti žáků a za pomoci třídních učitelů. Výhodou této formy vyplňování byla stoprocentní návratnost od všech zúčastněných respondentů. Dotazníky byly zpracovány v měsíci prosinci 2012.

5.2 Cíl práce, stanovení hypotéz

Tématem diplomové práce je vliv masmédií na vývoj a proměny životního stylu dítěte. Jak již bylo řečeno v teoretické části, jedním z hlavních faktorů, na kterém závisí, do jaké míry se dítě dokáže přizpůsobit negativním tlakům masmédií, je rodinné prostředí. Komunikace mezi rodiči a dítětem, harmonická výchova v úplné rodině, společná zájmová činnost všech členů rodiny ve chvílích volna, vhodné volnočasové aktivity v podobě různých kroužků aj. jsou nejvhodnějšími prostředky pro zabránění nežádoucích vlivů nejen médií. Proto je první část dotazníku zaměřena na zjištění rodinného prostředí dítěte. Další okruh

otázek se zabývá volnočasovými aktivitami. Jakým způsobem mládež tráví chvíle volna a do jaké míry využívá média typická pro dnešní dobu jako televizi, počítač a Internet. Poslední část je prověřením materiálních hodnot. Které hodnoty klade současná mládež na nejvyšší příčky a jakou cenu přikládá penězům. Jako výzkumný vzorek byli vybráni žáci 8. a 9. tříd, kdy osmý ročník má po třech třídách a devátý po dvou.

Pro ověření dílčích cílů byly stanoveny následující dvě hypotézy:

H1: Současná mládež je výrazně ovlivněna konzumním stylem života, což je primárně podmíněno zaměřením celé společnosti. Její působení se promítá ve vztahu k preferování zábavních médií, ve využívání moderní techniky jako prostředku rozptýlení a v určité absenci zájmu o seriózní informace.

Hypotéza předpokládá, že česká společnost se stala většinou konzumní společností, tj. společností, která naplňuje svůj život pouze tím, že konzumuje předkládané hodnoty a informace, aniž by byla schopna vlastního názoru a kritického hodnocení. Tento způsob života pak devaluje nejen hodnotový žebříček jedince, ale celé společnosti. Pro mládež je pak velmi pohodlné a jednoduché tento model přijímat.

H2: Přes toto konzumní zaměření je pozitivní, že vztah mládeže k vrstevníkům není ovlivněn pouze mediálním tlakem, ale tím, jaký člověk je a také tím, že peníze v jejich životech nehrají nejdůležitější roli. Rovněž se chci věnovat míře individualismu, zda je tak vysoká, jak by se dnes, dle požadavků společnosti, mohlo očekávat.

Tato hypotéza je nasnadě. Předpokládá, že mládež i přes silný vliv konzumní společnosti si vytváří, konstruuje a preferuje hodnotový žebříček, v němž nepřevládá orientace a úloha jen peněz.

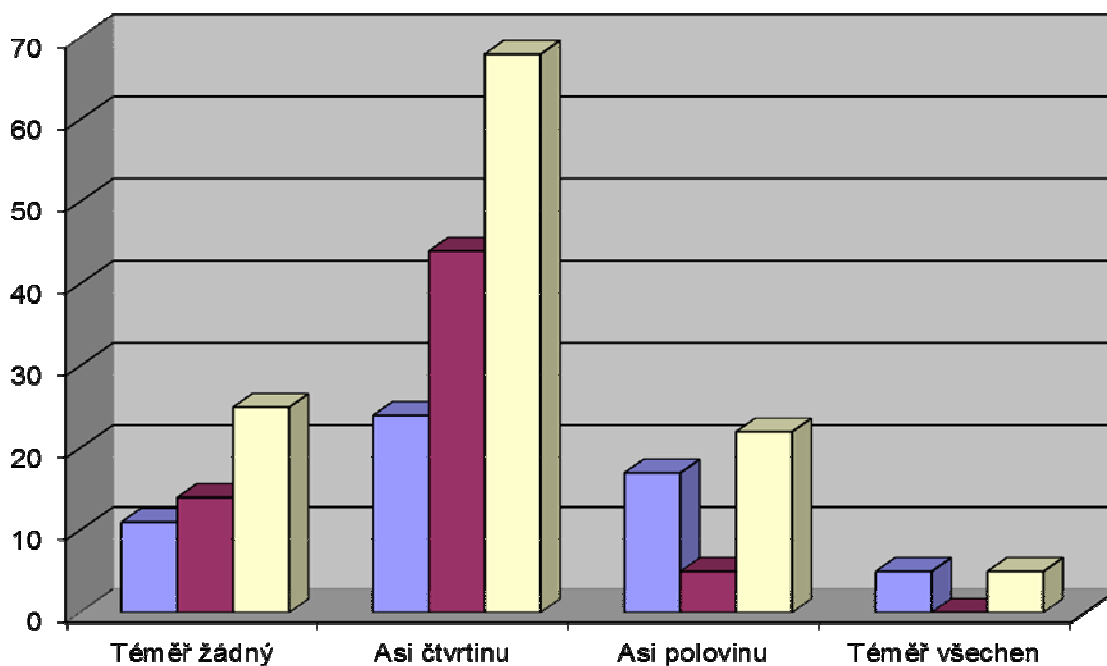
5.3 Výsledky výzkumu

Výzkumného šetření se zúčastnilo celkem 120 žáků, z toho 63 chlapců a 57 dívek, ZŠ Bratrství Čechů a Slováků v Bystřici pod Hostýnem, okres Kroměříž. Vzorek respondentů byl záměrně vybrán z řad žáků osmých a devátých tříd, kteří se v tomto věku rozhodují, jakým směrem se po ukončení základní školy vydají, a proto se u nich předpokládá, že bude studium a vzdělání patřit mezi priority v žebříčku hodnot.

Legenda: Modrý sloupec – dívky
Fialový sloupec – chlapci
Běžový sloupec = celkový počet

První a druhá otázka dotazníku byla zaměřena na zjištění pohlaví a věku respondenta.

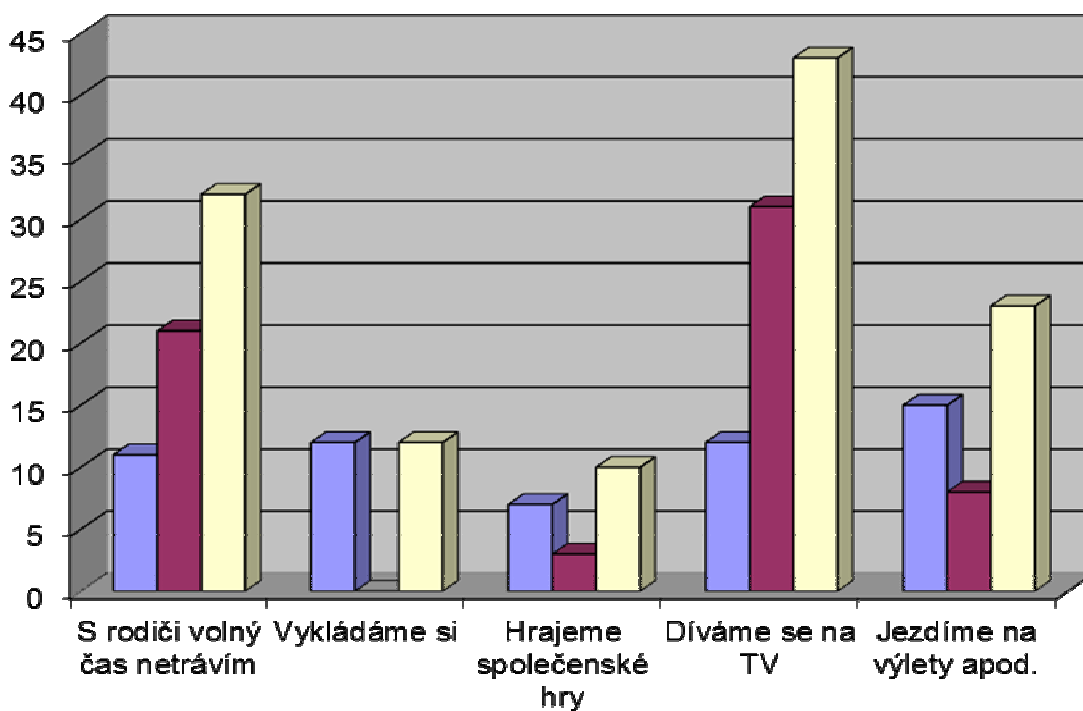
Graf. 1 Kolik volného času trávíš s rodiči



Otázka číslo 3 zjišťovala, kolik volného času tráví mládež zkoumané věkové skupiny s rodiči. Můj předpoklad byl naplněn, neboť se ukázalo, že nejvíce žáků (68) tráví svůj volný čas s rodiči jen z jedné čtvrtiny a dokonce 25 uvádí, že volný čas netráví s rodiči vůbec. Tato skutečnost ukazuje na velmi široké souvislosti společenskoso sociální. Ukazují se zde silné vlivy sociálně ekonomické na rodinu, ale i morálně volní vlastnosti rodičů. Mů-

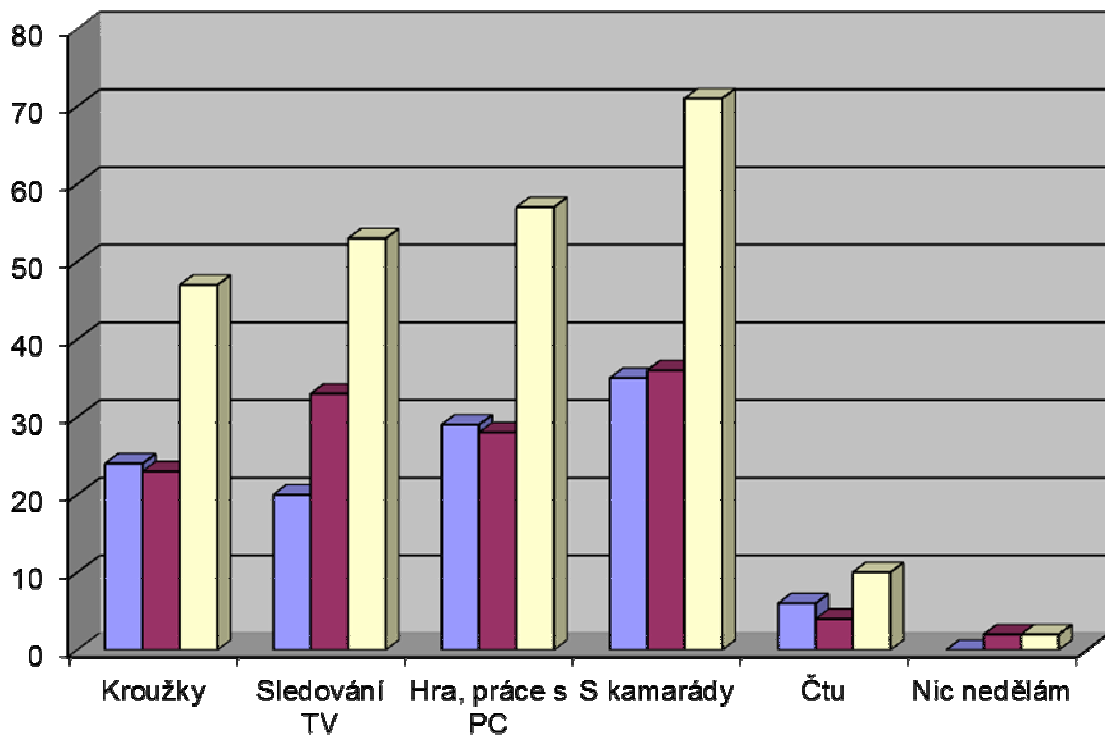
žeme také konstatovat, že tento stav jen odpovídá stále více klesajícímu postavení rodiny a jejím původním funkcím.

Graf. 2 Jak nejčastěji trávíš volný čas s rodiči



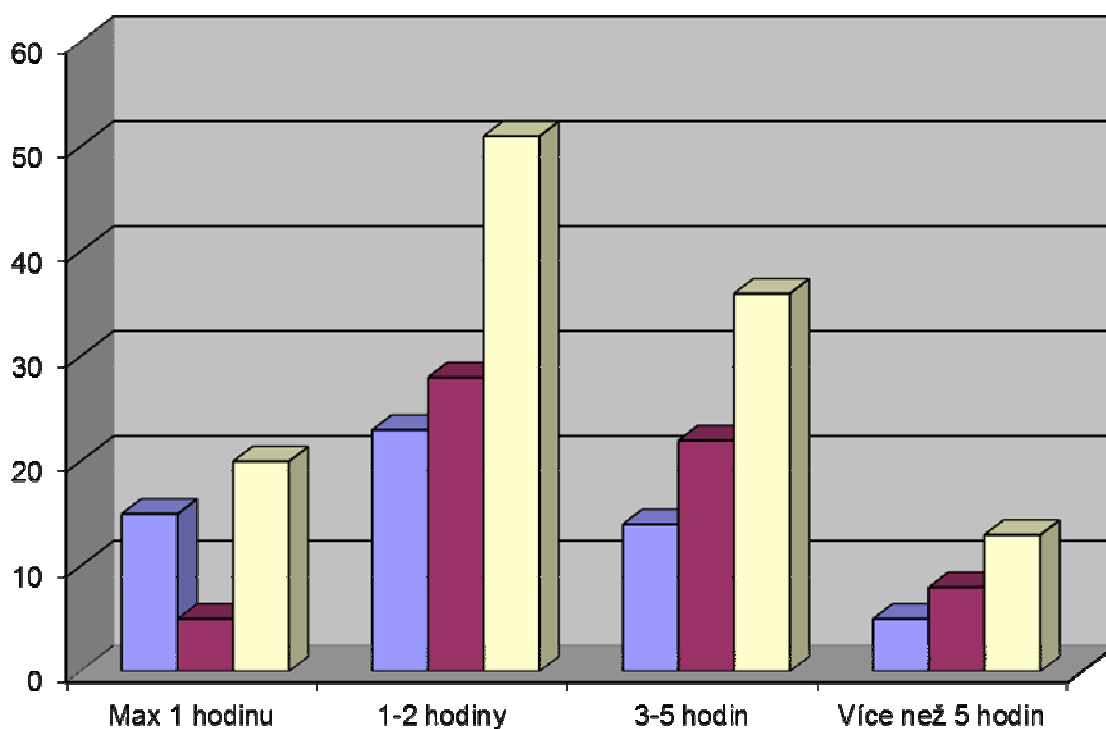
Rovněž odpovědi na otázku číslo 4 ukazují a potvrzují důsledky a souvislosti otázky třetí. Pokud otázka první ukazovala na malý zájem rodičů o volný čas svých dětí, tak odpovědi na otázku druhou jsou toho jen potvrzením, neboť rodiče i děti chápou společně strávený čas pasivní zábavou u TV. 32 žáků potvrdilo, že s rodiči volný čas vůbec netráví. Pasivní forma komunikace v rodině je zřetelná i z toho faktu, že jen mizivé procento rodičů si s dětmi povídá, což je odborníky na rodinu pokládáno za jeden z nejdůležitějších faktorů fungování rodiny a výchovy dětí.

Graf. 3 Jak nejčastěji trávíš svůj volný čas (vyber 2)



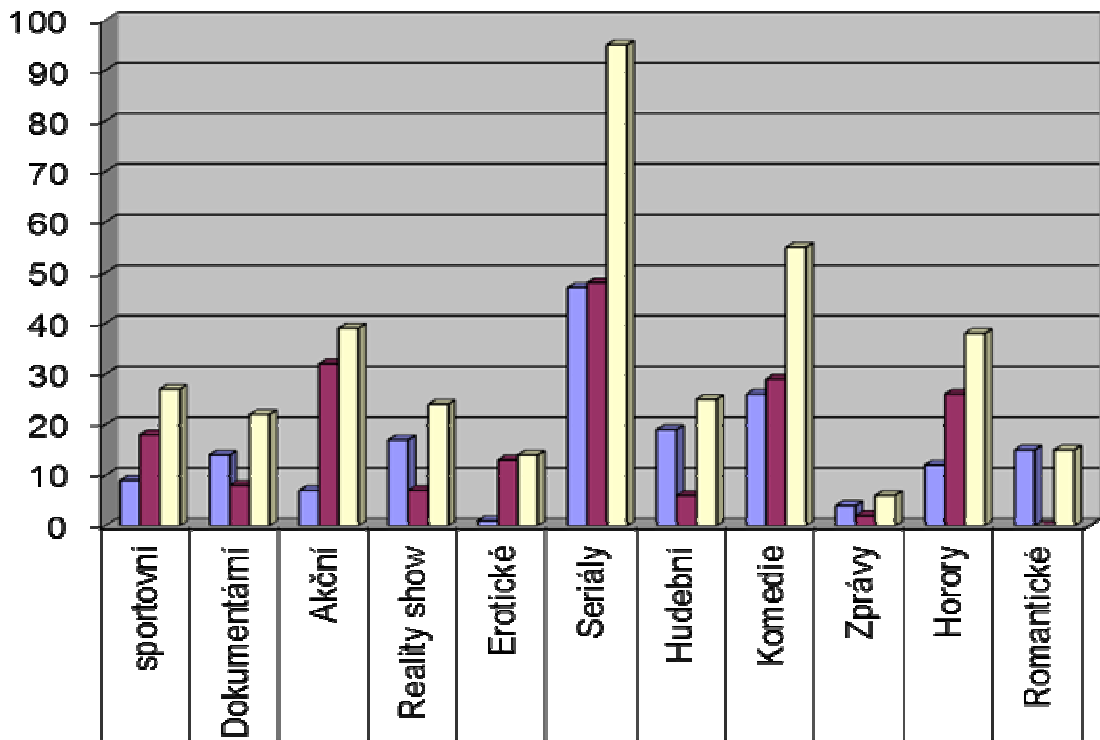
Odovědi na otázku č. 5, která byla dotazem na nejčastější formy trávení volného času ukazují, že silně převládají pasivní formy trávení volného času, neboť sledování TV a her na počítači uvádí v průměru 110 žáků jako prioritu, zatímco smysluplnější a duševně obohacující činnosti jako jsou kroužky a čtení za touto prioritou výrazně pokulhávají. Zvláště zřetelné je to u čtení, které získalo prioritu jen u 10 žáků, což konvenuje s dostupnými informacemi pedagogů o rapidně snižujícím se zájmu dětí o četbu.

Graf. 4 Kolik času denně trávíš sledováním TV



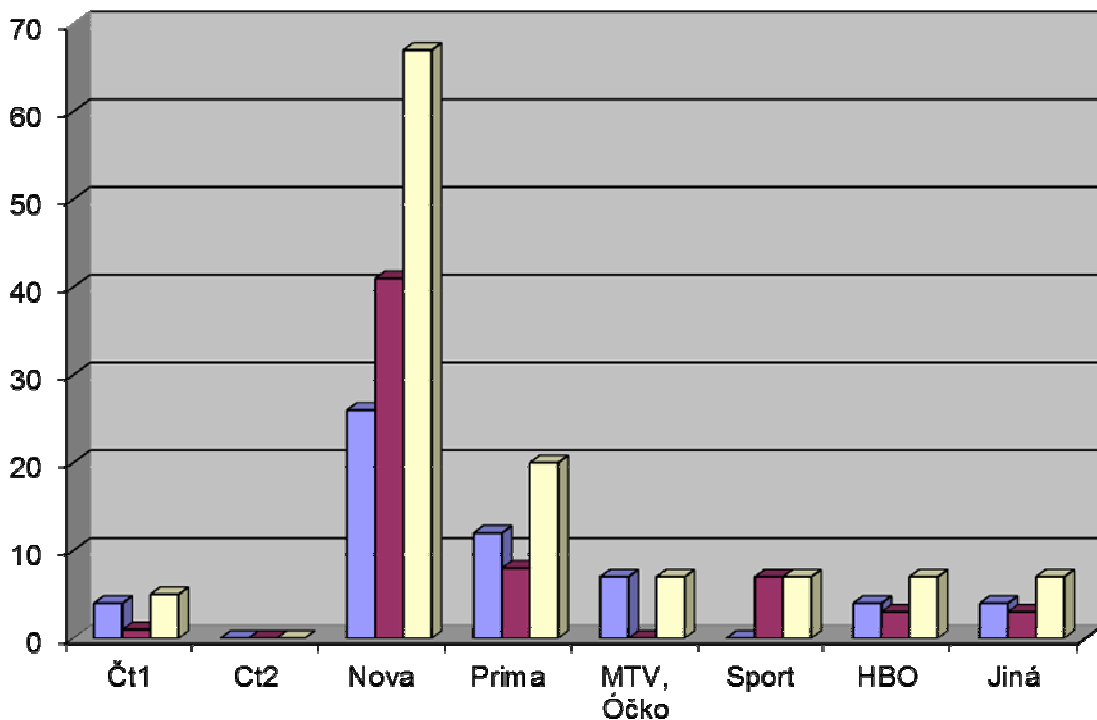
Výsledky odpovědí u šesté otázky jen potvrzují výsledky otázky předcházející. Sledování televize je každodenní činností žáků, což samo o sobě ještě nelze považovat za negativní jev, ovšem míra času, kterou žáci věnují této činnosti mnoho napovídá. 36 žáků tráví u televize 3 – 5 hodin a připočteme-li oněch 51 žáků, kteří se touto pasivní činností zabývají více než hodinu denně, dostáváme se k tomu, že 87 žáků ze 120 tráví volný čas konzumním způsobem.

Graf.5 Jaké pořady si vybíráš



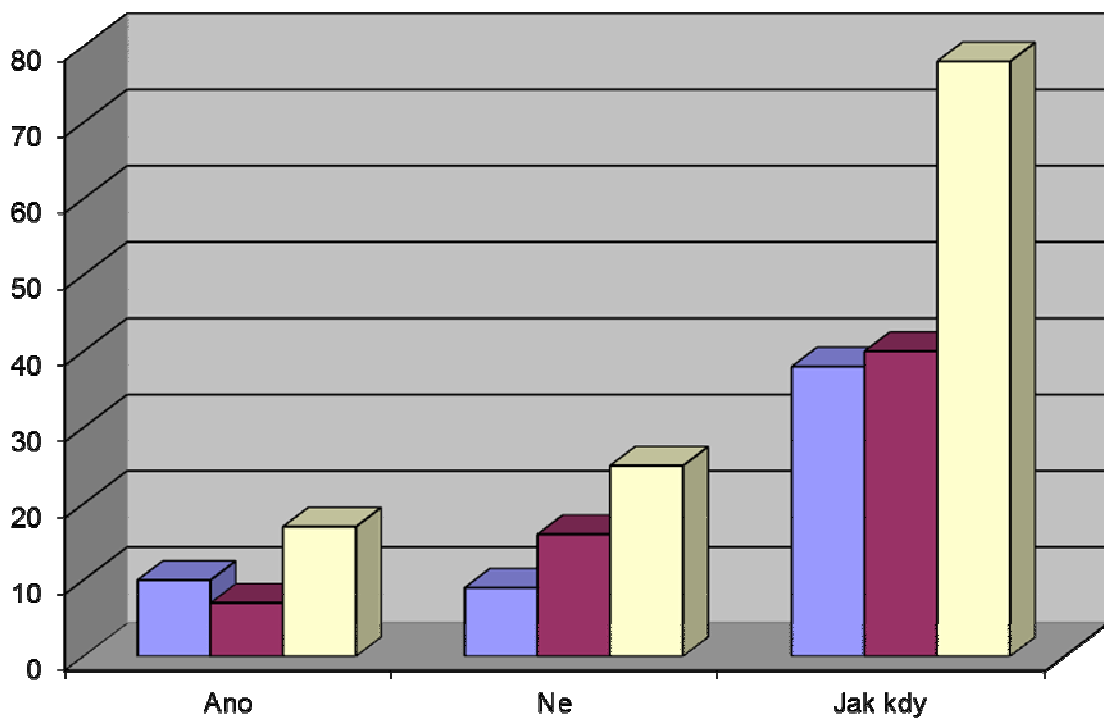
Sedmá otázka zjišťovala, které pořady televize jsou žáky nejvíce sledované. Ve shodě s obecnou sledovaností televizních pořadů v české společnosti se žáci zkoumané věkové skupiny zejména zajímají o seriály (u chlapců a dívek jsou na prvním místě) – celkem 95. Komedie (55), akční filmy (39) a horory (38) jsou rovněž v popředí sledovanosti žáků. Ovšem pokud na odpovědi nahlížíme přes prizma předcházejících otázek, kdy děti tráví čas u televize spolu s rodiči, pak je pochopitelné, že ve sledovanosti vyhrávají právě jmenované programy.

Graf. 6 Jakou televizní stanicí sleduješ nejraději



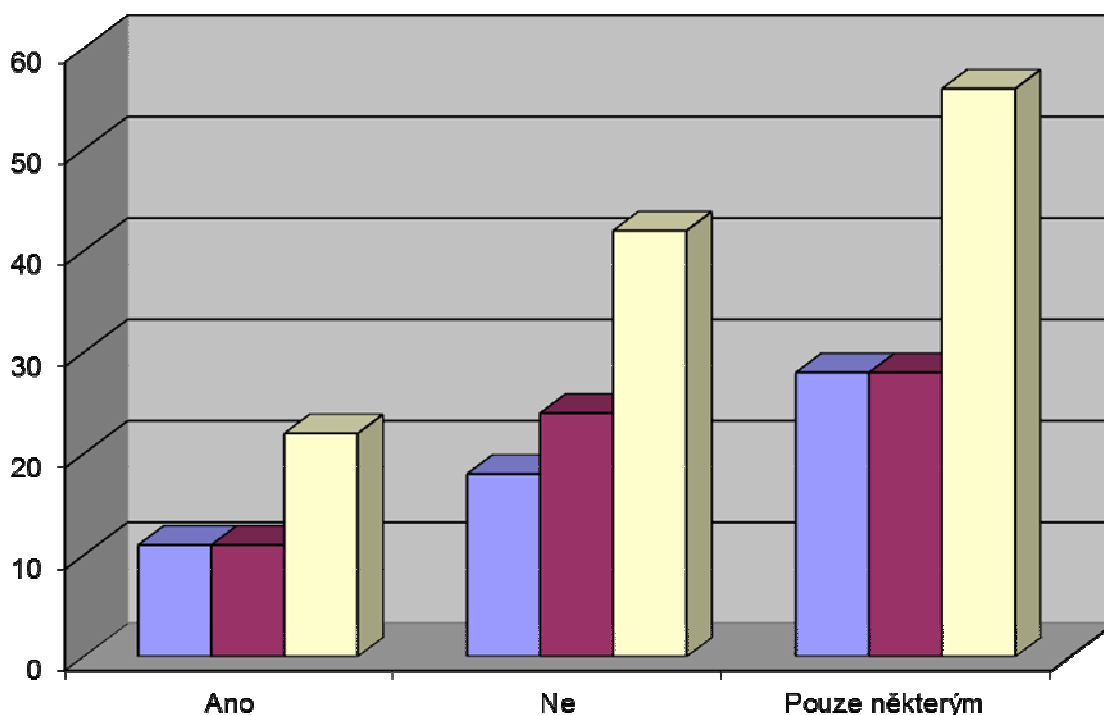
Otázka číslo 8 zkoumala, které televizní stanice jsou u respondentů nejsledovanější. Zde jsem vycházela z předpokladu, že stanice Nova bude nejvíce frekventovanou televizní stanicí. Předpoklad se mi potvrdil, víc jak polovina žáků sleduje právě pořady této komerční televize. Ukazuje se, že TV Nova dokázala nabídnout široké spektrum programové nabídky a to nejen co do obsahu, ale také časovým harmonogramem, kdy nejvíce sledované pořady (seriály, akční filmy a komedie) rozložila do celého dne, takže divák si pohodlně může vybírat z široce nabízeného programového portfolia. Nic na tom nemění skutečnost, že programová nabídka TV Nova je výsostně konzumní, ba právě naopak se ukázalo, že vyhovuje velké části diváků. Na dalších místech sledovanosti se pak umístily Prima, výhradně u dívek MTV, Óčko a naopak u chlapců sportovní kanály. Zcela u této věkové kategorie mládeže propadly veřejnoprávní televize, které mají za úkol přinášet mj. vzdělávací programy pro mládež.

Graf. 7 Díváš se na reklamy



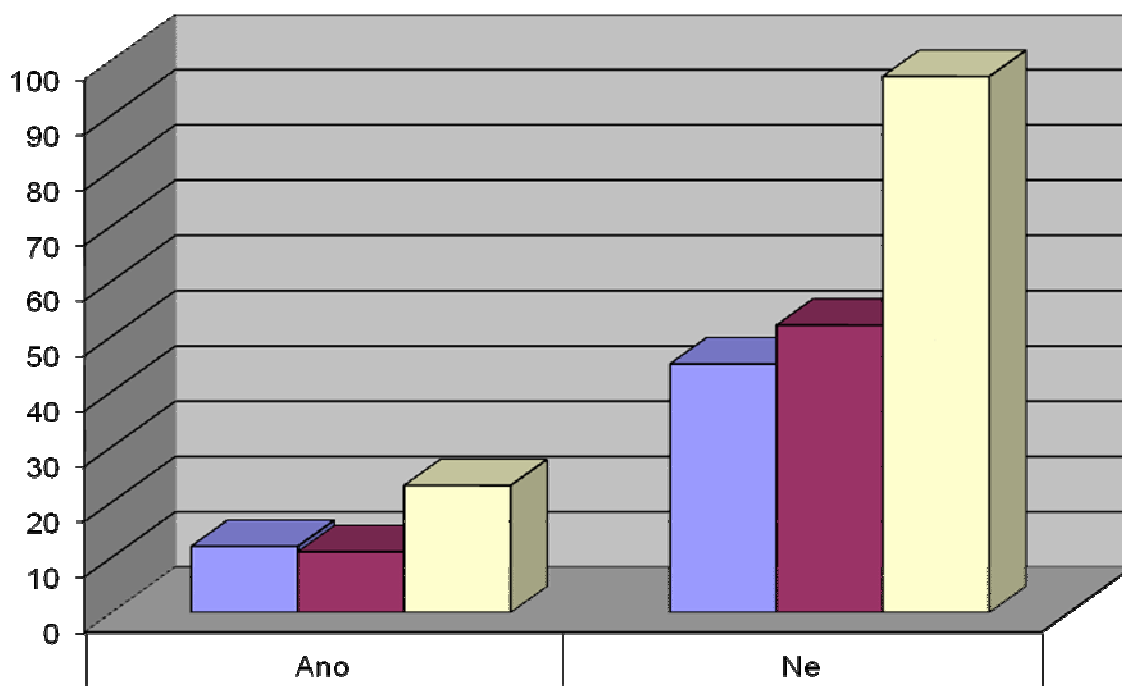
Předmětem 9. otázky byla sledovanost reklam. Předcházející otázka nám ukázala vysokou sledovanost televize Nova, která se vyznačuje velkými reklamními bloky, kdy každý tento blok obsahuje minimálně dvanáct reklam s odpovídající časovou relací. Dalo se proto předpokládat, že sledovanost reklam bude značná. Výsledky jsou však překvapující, protože výrazně převládá odpověď – Ne a Jak kdy. Pak je ovšem otázka, co žáci dělají v oné velké reklamní přestávce. Možná právě v tuto dobu probíhá ona rodinná komunikace. Zde je však třeba si uvědomit, že přes tvrzení žáků o nezájmu o reklamu, jsou jejímu vysílání přítomni a působí zde efekt podprahového vnímání reklamy, s čímž koneckonců autoři a objednavatelé reklam počítají

Graf. 8 Věříš reklamám



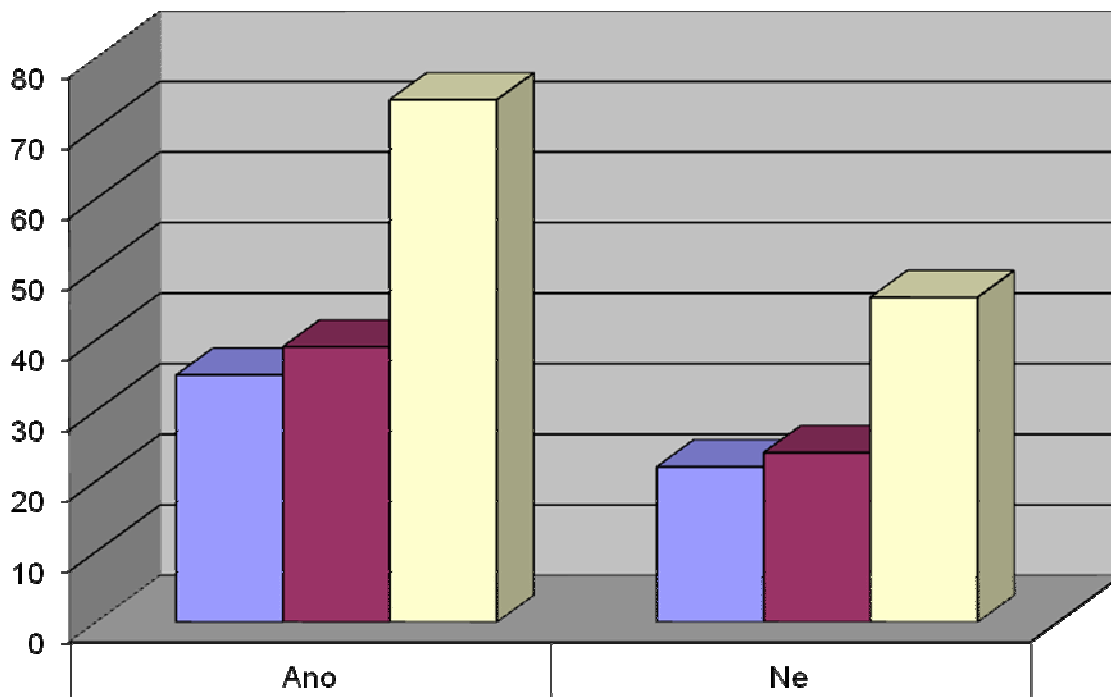
Otázka desátá se ptala na to, zda žáci věří reklamám. Jejich odpovědi jen potvrzují předcházející konstatování u otázky sedmé, kde respondenti ve velké většině tvrdili, že reklamy nesledují. Zde se ukázal rozpor ve výpovědích žáků, protože pokud věří, či nevěří, tak v každém případě reklamu vnímají. Avšak velmi důležité je zjištění, že 98 žáků ze 120 reklamám nevěří nebo jen některým, z čehož vyplývá, že je považují za klamavé, nepravdivé a dokonce lživé. Tato informace je velmi pozitivní, protože svědčí o určité míře kritičnosti a také nadhledu mládeže.

Graf. 9 Kupuješ výrobky podle reklamy



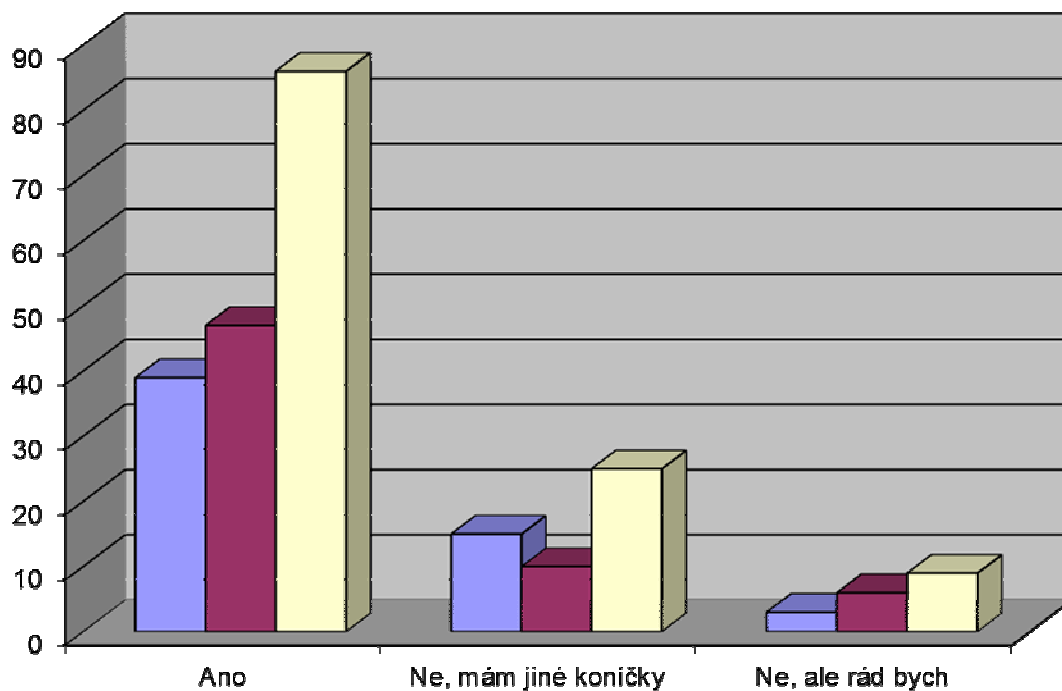
Původně jsem předpokládala, že žáci budou silně ovlivněni reklamou a pod jejím vlivem pak budou realizovat nákupy. Avšak odpovědi na otázku č. 11 nám dávají shodu s předcházející otázkou, kdy bylo možné konstatovat, že většina žáků reklamám nevěří. Z toho pak plyne logická odpověď, že kupované produkty nejsou výsledkem sledování reklamy v televizi. To by ovšem znamenalo, že výběr zboží a jejich nákup se řídí jinými parametry. Patrně zde bude silný vliv rodičů, finanční situace rodiny atd.

Graf. 10 Je pro tebe značka důležitá



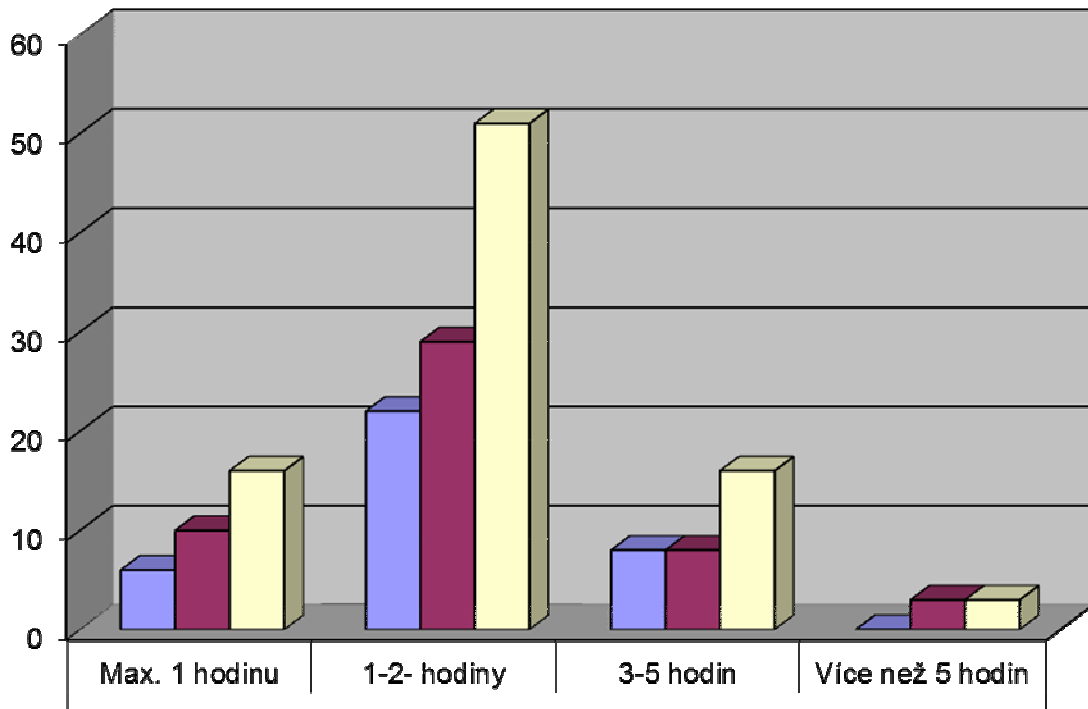
Zpočátku jsem vycházela z předpokladu, že budou-li žáci ovlivněni reklamou, pak zcela logicky bude pro ně značkové zboží prioritou. Na první pohled podle struktury odpovědí se zdá původní předpoklad smysluplný. Ale pak je otázkou, proč u dívek je odpověď - Ano – nižší oproti chlapcům. Na moji dodatečnou slovní otázku odpověděli chlapci, že pod značkou nechápali jen oblečení, což dívky ano, ale především technické věci jako PC, mobily atd. Zde došlo z mé strany k ne zcela správně formulované otázce. Chlapci při výběru např. elektroniky dávají velký důraz na značku.

Graf. 11 Trávíš svůj volný čas na počítači



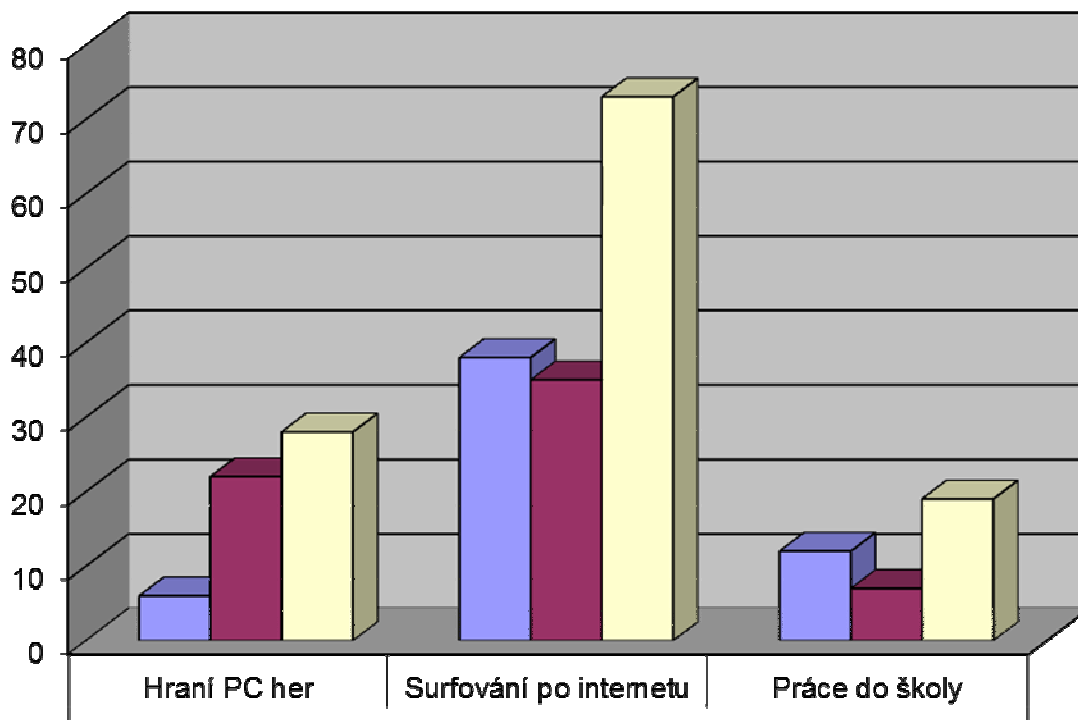
První z pěti otázek, které se věnovaly problematice vztahu žák – počítač. Podle získaných odpovědí tráví přes dvě třetiny tázaných u počítače, což by ještě samo o sobě nemuselo být výlučně negativním zjištěním, také proto byly položeny další otázky, abychom dostali podklady vedoucí ke komplexnějšímu vyhodnocení.

Graf. 12 Pokud ano, kolik času denně věnuješ PC



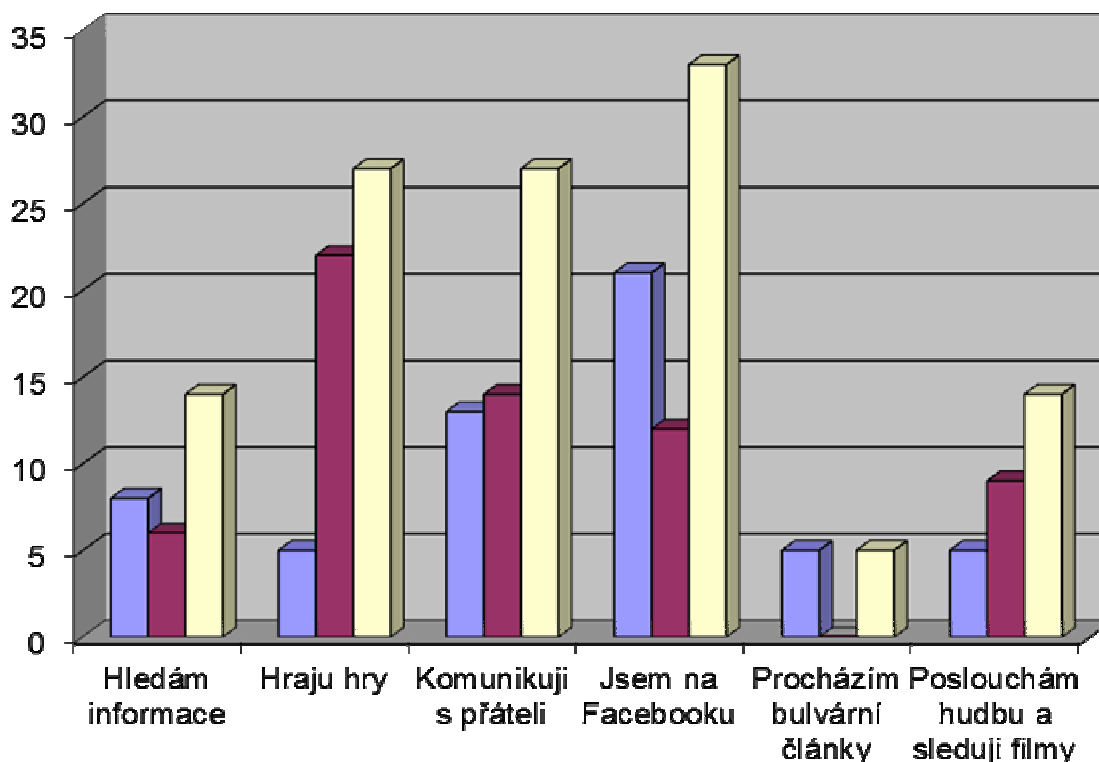
Čtrnáctá otázka a získané odpovědi již napověděly mnohem více. 16 respondentů tvrdí, že u počítače tráví maximálně jednu hodinu denně. Dle názoru pedagogů a psychologů je doba jedné hodiny volného času strávená u počítače únosná (Jen pro zajímavost – paní Obamová dovoluje svým dcerám maximálně jednu hodinu denně u PC) pro tuto věkovou kategorii jak z hlediska duševní, tak fyzické hygieny. Ovšem v našem zkoumaném vzorku téměř polovina žáků tráví u počítačů více než hodinu denně a 16 žáků dokonce více než tři hodiny. Z těchto čísel můžeme vyvodit řadu souvislostí jak volnočasových, tak rodinných ad. Mimo jiné právě zde můžeme hledat příčiny stále horší tělesné zdatnosti mládeže.

Graf. 13 Za jakým účelem nejčastěji používáš PC



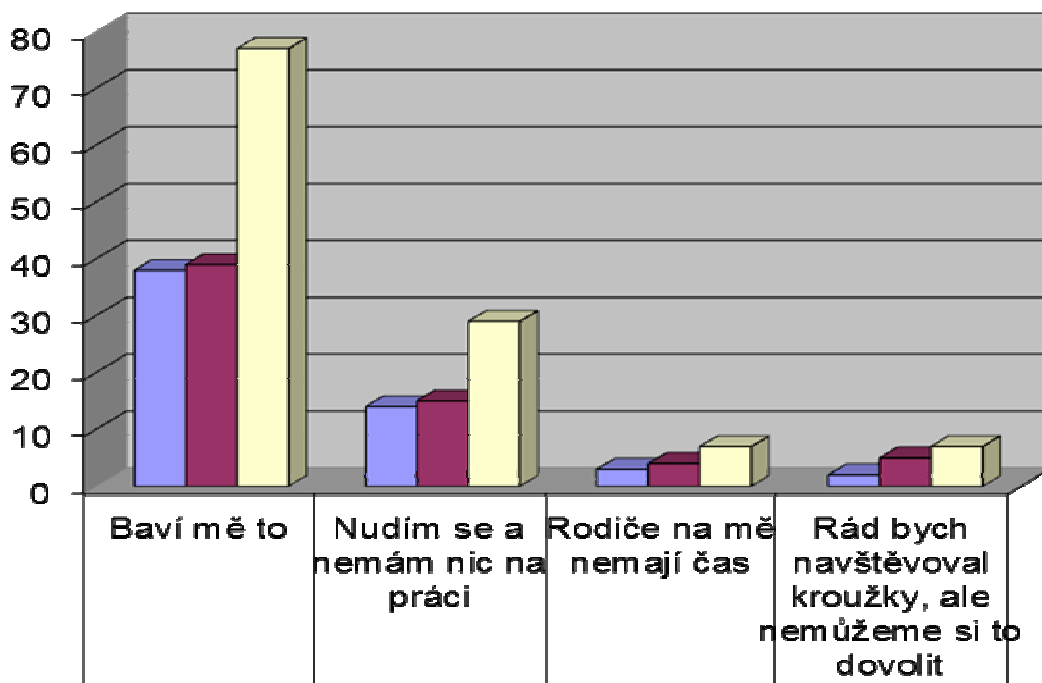
Otázka č. 15 zkoumala smysluplnost toho, že žáci tráví čas u počítačů. Předpokládala jsem, že většina uživatelů této věkové kategorie se bude věnovat počítačovým hrám. Můj předpoklad se nenaplnil, protože polovina žáků se věnuje surfování po Internetu. Další otázka pak toto surfování rozkryje. Významným zjištěním pak je skutečnost, že jedna šestina tázaných žáků využívá počítače k práci do školy. Tato informace by byla relevantní, pokud by bylo zjištěno, zda se nejedná pouze o známou hru CTRL C – CTRL V.

Graf. 14 Co děláš na Internetu nejčastěji



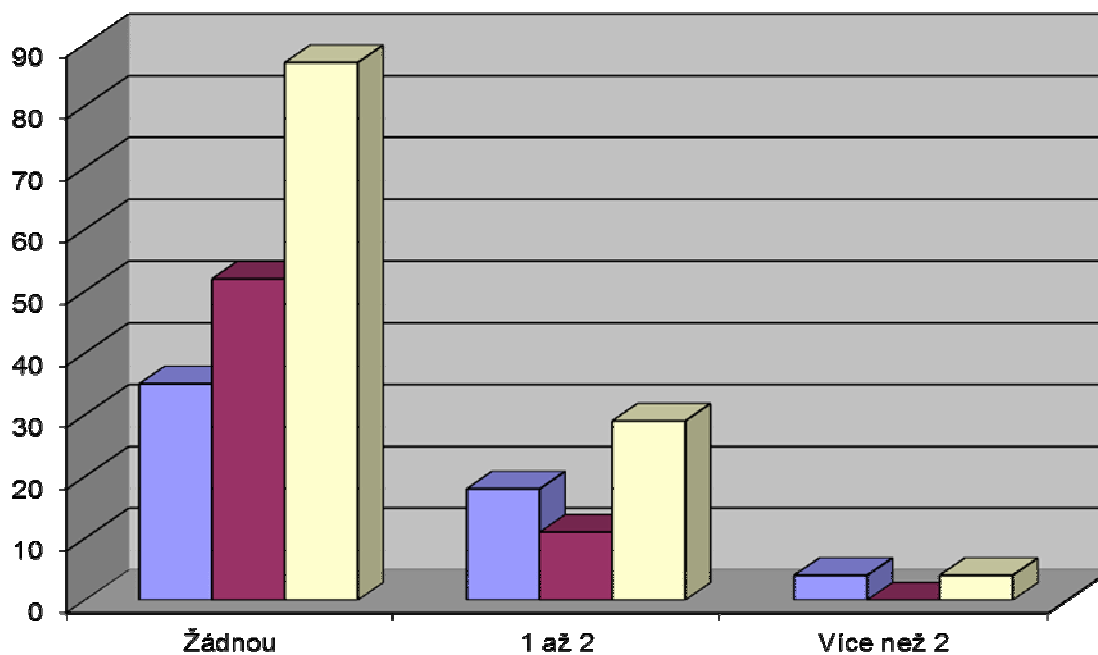
Dostáváme se ke strukturovaným odpovědím na otázku, co nejčastěji sledují žáci na Internetu. Téměř jedna čtvrtina hraje hry. Na první pohled se jedná jen o konzumní záležitost, jenže je nutné konstatovat, že na Internetu je dostupná velká řada vysoce sofistikovaných her, které vedou uživatele k tvořivému a logickému myšlení. Proto nelze hraní her považovat jen za negativní záležitost. Polovina žáků (komunikace s přáteli a jsem na Facebooku) pak používá Internet ke komunikaci, což na jedné straně ukazuje na touhu mládeže se seznámat, vyměňovat si názory, komunikovat, ale na druhé straně, zejména pro nižší věkovou kategorii mládeže, může tato forma komunikace přinášet velká rizika.

Graf. 15 Proč svůj volný čas trávíš u TV či PC



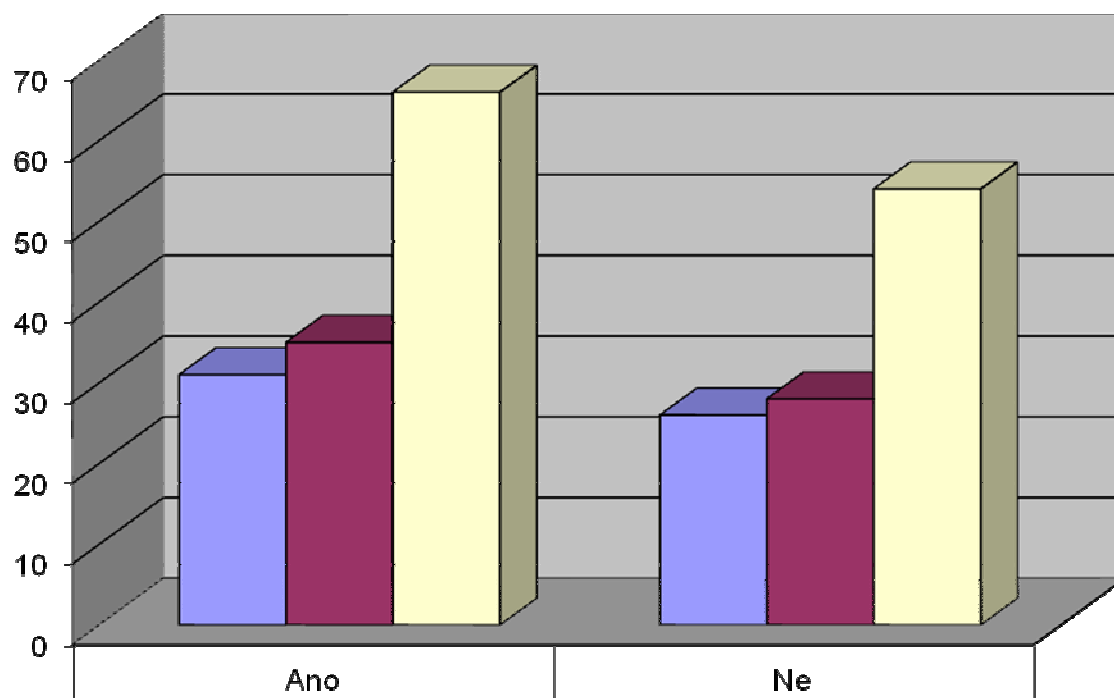
Sedmnáctá otázka má několik souvislostí. Drtivá většina - čtyři pětiny – žáků uvádí, že volný čas u počítače a televize tráví z toho důvodu, že je to baví. Jen marginální počet žáků uvádí jiné důvody: nudí se, rodiče se jim nevěnují a nemají finanční prostředky na kroužky. Domnívám se však, že v první odpovědi se skrývají další tři. Neznamená tvrzení, že „je to baví“ právě skutečnost, že jejich volnočasový prostor není zaplněn smysluplnější činností? Neutíkají tito žáci k počítačům proto, že právě nemají dostatečnou nabídku naplnění volného času, neutíkají k počítačům proto, že se jim dostatečně nevěnuje rodina?

Graf. 16 Kolik knih přečteš za měsíc

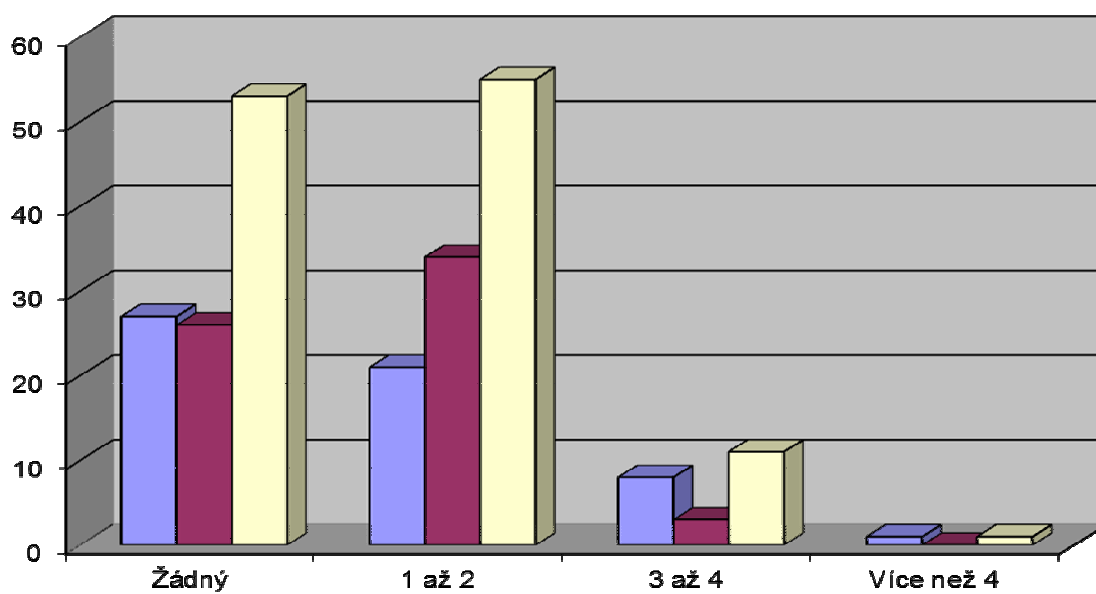


Odpovědi na otázku č. 18 jsou tristní. Tři čtvrtiny žáků (87) uvádí, že nečte, což jen potvrzuje zkušenosti škol o klesající schopnosti žáků plynule číst i ve vyšších ročnících základních škol a malé schopnosti žáků souvisle vyložit obsah textu. Hlavně nám uvedená čísla ukazují, že mládež této věkové kategorie podléhá pasivním formám zábavy a kniha jako základní prostředek kultivace člověka je jim značně vzdálená.

Graf. 17 Věnuješ se mimoškolním aktivitám

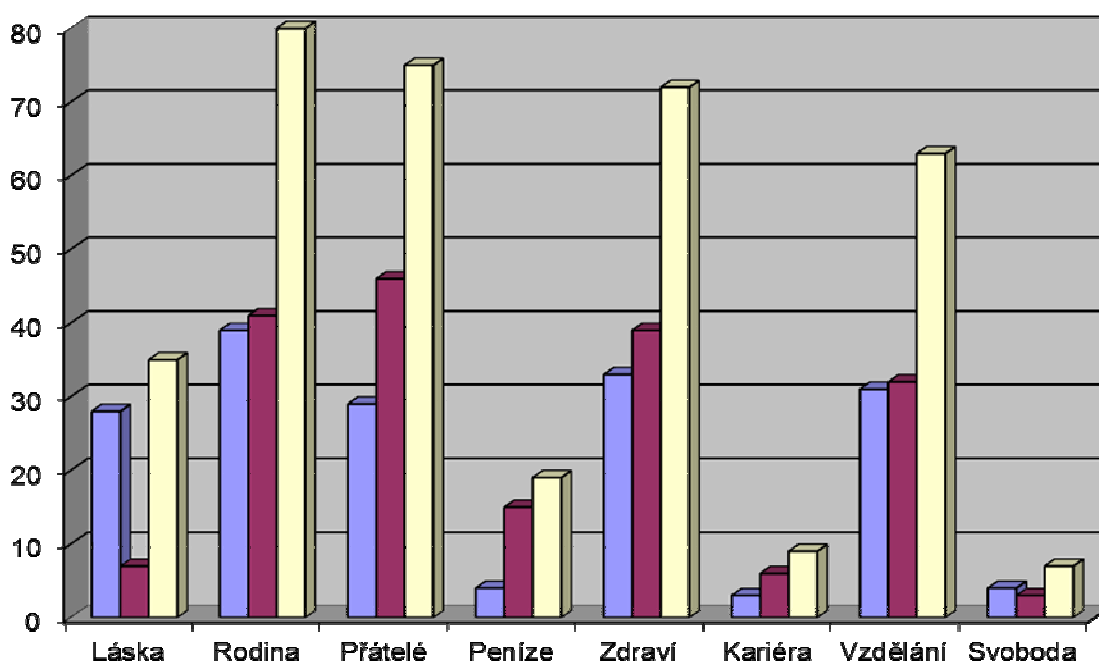


Graf. 18 Kolik kroužků navštěvuješ



Otázky č. 19 a 20 jsou navzájem provázané. Na otázku, zda se žáci věnují mimoškolním aktivitám, odpověděla více než polovina kladně. Celkem 66 žáků má mimoškolní aktivity. Na straně druhé nezanedbatelných 54 žáků uvádí, že aktivity tohoto druhu nemají, což následně v otázce č. 18 stvrzují tím, že nenavštěvují žádné zájmové kroužky. To ovšem znamená, že tato skupina žáků se uchyluje k naprosto pasivním formám trávení volného času a o to více je nakloněna konzumnímu způsobu života. Naopak více než polovina žáků využívá nabídku mimoškolních aktivit a dokonce 12 žáků navštěvuje tři a více kroužků.

Graf. 19 Označ tři hodnoty, které jsou pro tebe v životě nejdůležitější

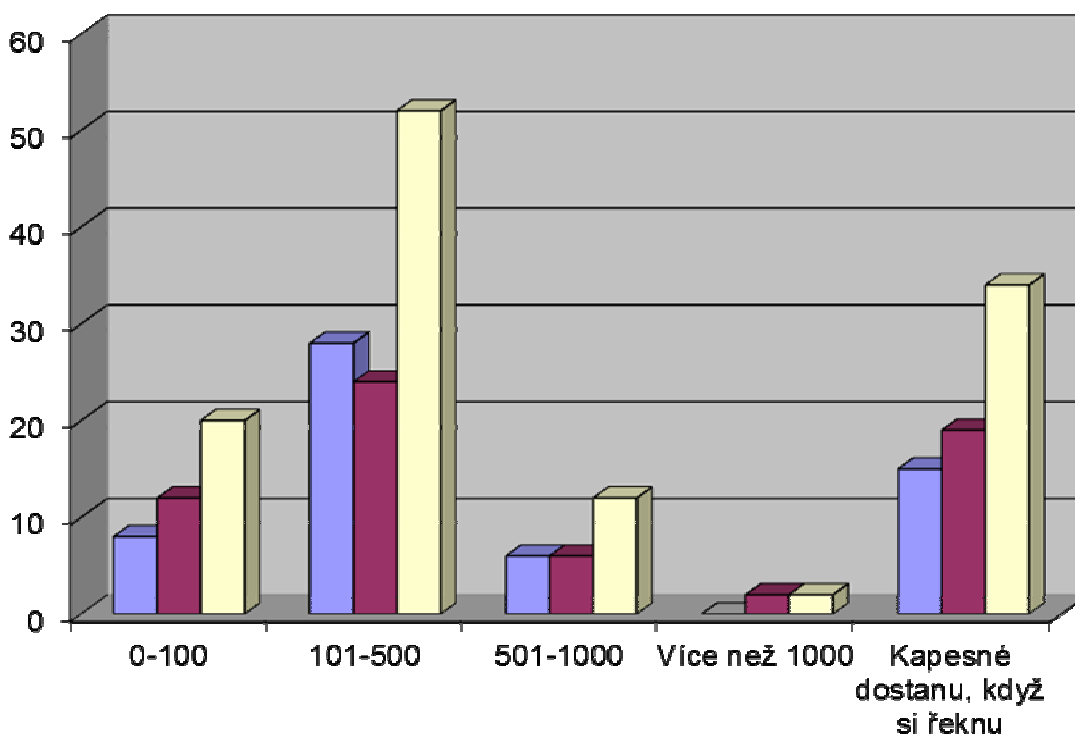


Otázka dvacátá první sledovala žebříček životních hodnot žáků. Jak u děvčat, tak u chlapců se nejvyšší hodnotou jeví rodina (80) a to navzdory tomu, že v předcházejících odpovědích se zřetelně ukazovalo, že děti většinu času netráví s rodinou aktivně. Přesto je zřetelné, že žáci této věkové kategorie považují rodinu za životní jistotu a zázemí. Značnou váhu přikládají žáci přátelství a zdraví. Nepoměrně menší počet hlasů získala Kariéra a Svoboda. Nedomnívám se, že je to výsledek toho, že by žáci tyto hodnoty podceňovali, ale spíše je v tomto věku ještě nejsou schopni docenit (či přecenit).

Otázka č. 22 je první ze série těch, které se tázaly žáků na jejich vztah k financím a v podstatě zkoumaly tzv. finanční gramotnost žáků. Vstupní otázka zjišťovala, kolik žáků dostává kapesné. Mimo čtyř žáků dostávají kapesné všichni respondenti zkoumaného

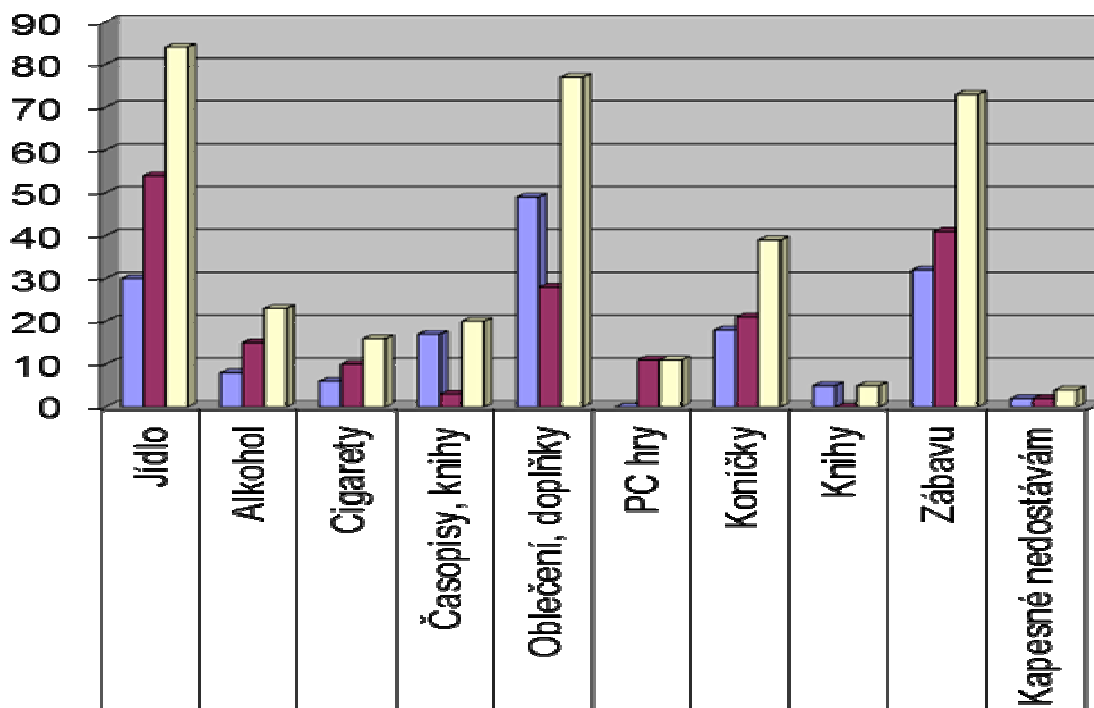
vzorku. Problém spíše spočívá v tom, jaká je výše tohoto kapesného a zda žáci dokáží s těmito financemi efektivně zacházet. K tomu směřovaly další tři otázky.

Graf. 20 Jak vysoké je kapesné měsíčně



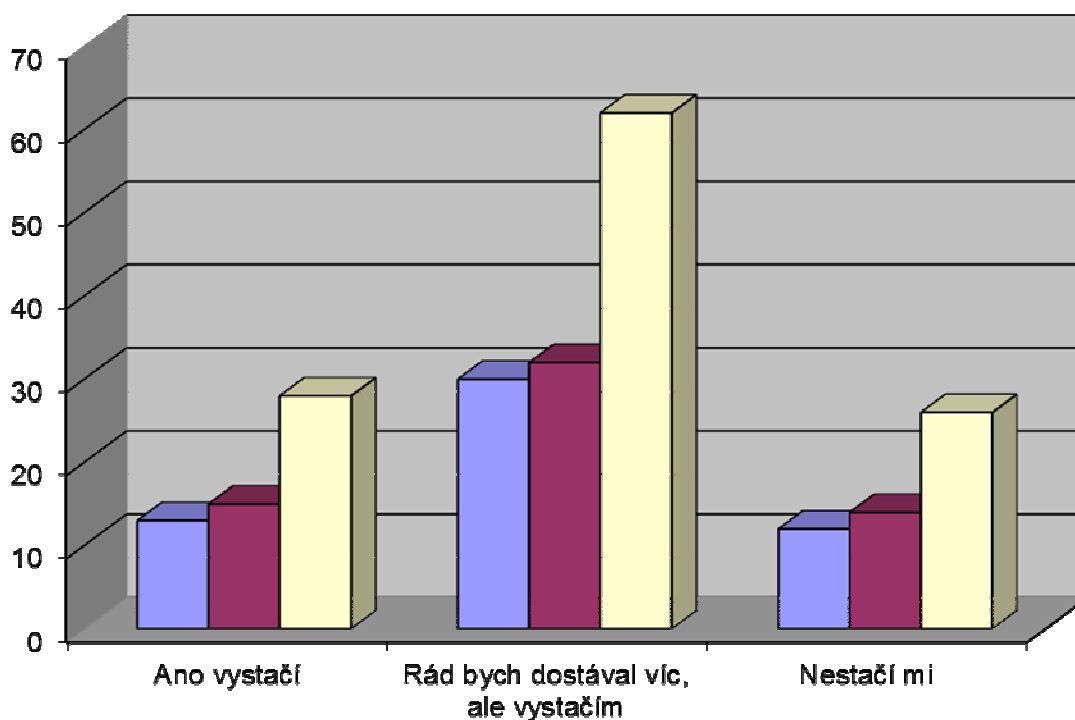
Odpovědi se u této otázky, která se ptala na výši kapesného, značně liší. Největší skupina žáků (52) se svým kapesným pohybuje v rozmezí 100 až 500 korun. Je možné předpokládat, že u této skupiny žáků jsou určité návyky finanční gramotnosti. Do jednoho sta korun se dostává skupina 20 žáků a 34 dostává kapesné na vyžádání, což patrně znamená, že rodiče jim poukazují finance na základě zvážení cíle nákupu, ale nemusí to být zcela pravda. O účelnosti kapesného nám vypovídají další hodnoty.

Graf. 21 Za co nejčastěji utrácíš kapesné (vyber 3)



Čtyřicetá otázka měla osvětlit, za co je nejčastěji utráceno kapesné. Jídlo je na prvním místě (84), z toho větší část chlapců. 77 tázaných, kde je naopak větší část dívek, utrácí kapesné za oblečení. Zábava je po oblečení a jídle třetím nejexponovanějším odběratelem financí žáků (73). Zajímavé je také zjištění, že do PC her vkládají své finance výhradně chlapci. Ovšem negativním zjištěním je skutečnost, že celkem 39 žáků vkládá finance do alkoholu a cigaret. Rovněž z těchto čísel se dá vyvodit několik závěrů. Žáci si téměř nekupují knihy, jen mizivý počet (5), a málo žáků (20) věnuje kapesné na zakoupení časopisů. Zde je však nutné podotknout, že zatímco pro dívky je na trhu mnoho časopisů zaměřených právě na tuto skupinu, tak jen stěží nalzáme vhodné časopisy pro chlapce.

Graf. 22 Vystačí ti kapesné, pokud je dostáváš



Poslední otázka měla přinést informaci, zda žákům stačí výše kapesného. Tři čtvrtiny žáků odpovědělo Ano. Z toho by víc jak dvě třetiny rády dostávaly větší finanční obnos, ale současně konstatují, že s přidělenou částkou vystačí. „Jen“ 26 žáků z celkového počtu 120 není schopno s kapesným vystačit. Je zřetelné, že žáci této věkové kategorie se postupně učí určité finanční gramotnosti, ta ještě není na takové úrovni, aby žáci dokázali s financemi efektivně nakládat.

5.4 Stanovení závěrů

V úvodu výzkumné části byly stanoveny dvě hypotézy, které se nyní pokusím ověřit.

H1: Současná mládež je výrazně ovlivněna konzumním stylem života, což je primárně podmíněno zaměřením celé společnosti. Její působení se promítá ve vztahu k preferování zábavních médií, ve využívání moderní techniky jako prostředku rozptýlení a v určité absenci zájmu o seriózní informace.

Hypotéza 1 se plně potvrdila v případě mediální orientace. Tímto je myšleno, že žáci v naprosté většině dávají přednost komerčním, zábavním médiím typu TV Nova, zatímco média orientovaná více informačně jsou mimo centrum jejich zájmu. Zde je nutné zmínit, že celou oblast médií ovládá právě funkce zábavní, která svým charakterem tvoří z médií masmédiá a tato pak mají za cíl vytvořit unifikovanou a snadno konzumovatelnou kulturu. S tímto souvisí také potlačování funkce kulturní, která by za normálních okolností měla zprostředkovávat kulturu dané oblasti, ovšem pod vlivem zábavy tak pouze nabízí pohled na kulturu západních zemí. Tímto dochází často ke stírání jakýchkoliv kulturních rozdílů a právě k tvorbě jednotné společnosti.

Základní funkcí masové kultury a masmédií obecně je potom pobavit publikum, čemuž je nutné přizpůsobit obsah i formu mediálních sdělení. Určité negativní projevy masmediálního působení tak můžeme vidět v jazykovém vyjádření (často vulgární, nespisovný jazyk), v prvoplánovosti nabízených zpráv, které vylučují chápání dění v širším kontextu, nebo také v odtabuizování podávaných informací. Toto vše tak v důsledku může mít na morální a etický vývoj mládeže určitý vliv. Orientace na zábavní média tak jen potvrzuje fakt, že média jsou podmínkou i důsledkem chodu spotřební, tedy konzumní společnosti.

V rámci působení reklamy je naplnění hypotézy poněkud rozporuplné. Téměř všichni žáci sice uvedli, že nenakupují výrobky propagované v reklamách, ovšem většina z nich dále uvedla, že je pro ně důležitá značka zboží. Domnívám se, že správná propagace zboží v reklamě je primárním úspěchem dané značky a je tedy zřejmé, že vztah mezi nakupováním značkového zboží a reklamou je velmi těsný. V tomto případě je možné říci, že mládež sice nakupuje zboží pod vlivem reklamy, ovšem sama si tento vliv neuvědomuje, což je určitou známkou toho, že tvůrci reklam odvádějí dobrou práci. Tento závěr je podpořen také tím, že sama mládež má dojem nedostatečné informovanosti o vlivech reklamy a médií ze strany školy.

Budeme-li tyto výsledky chápat jako nenaplnění hypotézy, tedy tak, že mládež není ovlivněna reklamním působením, je nutné se více zaměřit na rozvoj mediální gramotnosti u žáků základních škol. Právě větší informovanost žáků o mediálním i reklamním působení, by dnes díky RVP mělo být samozřejmostí na každé škole. Interaktivní výuka těchto témat sice v určité míře závisí na vybavení školy (např. vybavenost počítači, televizory, videem atd.), ale domnívám se, že i bez těchto pomůcek je možné prvky mediální výchovy do výuky zařadit tak, aby žáky toto vzdělávání bavilo a bylo pro ně přínosné. Na druhou stranu, což v určité míře také vyplývá z praktické části, mládež ve věku 13-15 let přijímané infor-

mace selektuje dle svého uvážení a ani zábavná a zajímavá výuka tak není zárukou, že si z ní mládež něco odnese.

Shrneme-li tedy získaná fakta o vybraném vzorku mládeže, je možné říci, že mladí lidé jsou ovlivněni konzumním způsobem života do té míry, jak moc je konzumní okolní společnost. Vzhledem k podmínkám, ve kterých vyrůstají by bylo s podivem, kdyby byli schopni se v tomto věku konzumnímu stylu života nějak výrazněji bránit. Jakým směrem tak bude pokračovat jejich vývoj, případně jak konzumně budou orientovány další generace mládeže, je vzhledem k vývoji společnosti velmi těžké určit. Rozhodně bychom měli počítat s faktem, že s přibývajícím věkem a rostoucími zkušenostmi se pohled mládeže na společnost a média bude měnit, což by mělo být podnětné nejen pro výchovu ze strany rodičů, ale také ze strany školy. Právě proto je třeba s uspokojením konstatovat, že **hypotéza 2 se potvrdila: přes toto konzumní zaměření společnosti je pozitivní, že vztah mládeže k vrstevníkům není ovlivněn pouze mediálním tlakem, ale tím, jaký člověk je a také tím, že peníze v jejich životech nehrají nejdůležitější roli.** Mládež i přes silný vliv konzumní společnosti si vytváří, konstruuje a preferuje hodnotový žebříček, v němž nepřevládá orientace a úloha jen peněz.

ZÁVĚR

Média jsou v současné společnosti všudypřítomná. Díky technologickému zdokonalování a také globalizaci mají stále silnější formativní potenciál. Média sebou přinášejí mnohé možnosti, ale i nebezpečí. Dokáží rozšiřovat životní horizonty lidské populace, stejně jako dokáží manipulovat a ovládat naše názory a emoce. Proto problém masové komunikace stále více poutá pozornost nejen odborníků, ale i laické veřejnosti. Cílem teoretické části bylo alespoň ve stručnosti nastínit a popsat co to vlastně média jsou a jakým způsobem se podílejí na utváření názorů a hodnot dítěte a dnešní mladé generace. I když se působením vlivu médií již několik let zabývá nespočet odborníků, kteří svými výzkumy přispěli k vytvoření mnohých teorií, je tento problém u laické veřejnosti stále podceňován. Zprávy, které informují o masakrech na amerických školách samozřejmě vzbudí v mysli laika hrůzu, lítost či pohoršení, ale málokterého člověka napadne pátrat po příčinách a už téměř nikoho nenapadne hledat tyto příčiny v základech, jimiž jsou rodinné prostředí a výchova. Příčiny těchto činů často bývají připisovány právě médiím, ale ve skutečnosti jsou následkem kombinace mnoha faktorů, kde je médium pouze oním možným spouštěčem. Teoretická část by tudíž měla alespoň z části napomoci ke zvýšení mediální gramotnosti, která je dle mého názoru mezi lidmi stále nedostatečná. Není se ani čemu divit. Díky neuvěřitelné rychlosti zdokonalování všech technologií a stále se objevujícím novým možnostem je těžké „jít s dobou“. Na závěr teoretické části jsem se proto pokusila vytyčit několik rad, jak eliminovat negativní vlivy médií. Pro dnešní dobu je typická snaha, a z jisté části i nutnost, zabezpečit rodinu po materiální stránce. Bohužel se tak ve jménu materiálního zabezpečení děje na úkor výchovy vlastních dětí, na úkor obohacování duchovní stránky člověka.

Jak si dnes stojí mladá generace, jaký je její přístup a vztah k médiím a zda už si mládež nese přívlastky konzumní a spotřební, stejně jako celá postmoderní společnost, je možné vyčíst ze závěru praktické části.

SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY

1. BAUMAN, Z., 2002. *Tekutá modernita*. Praha: Mladá fronta. ISBN 80-204-0966-1.
2. BEDNAŘÍK, P.; JIRÁK, J.; KÖPPLOVÁ, B., 2011. *Dějiny českých médií. Od počátku do současnosti*. Praha: Grada Publishing, a.s. ISBN 978-80-247-3028-8.
3. BERKOVÁ, Alexandra, 1994. *Co teď a co potom?* Praha: Motto. ISBN 80-901338-2-7.
4. BURTON, G., JIRÁK, J. 2001. *Úvod do studia médií*. Brno: Barrister a Principal. ISBN 80-85947-67-6.
5. ČERMÁK, I., 1999. *Lidská agrese a její souvislosti*. Žďár nad Sázavou: Fakta v.o.s. ISBN 80-902614-1-8.
6. DISMAN, M., 2002. *Jak se vyrábí sociologická znalost*. Praha: Karolinum. ISBN 978-80-246-0139-7.
7. DOVRTĚLOVÁ, M., 2011. *Šikana na školách se zaměřením na její účinné řešení: Bakalářská práce*. Brno: UTB Zlín, Fakulta humanitních studií. Ústav sociální pedagogiky IMS Brno. Vedoucí bakalářské práce Doc. PhDr. Ladislav Zapletal, CSc.
8. FISCHER, S.; ŠKODA, J, 2008. *Edukace a rozvoj osob se somatickým, psychickým a sociálním znevýhodněním*. Praha: Triton. ISBN 978-80-7387-014-0.
9. HALLIN, C., MANCINI, P., 2008. *Systémy médií v postmoderním světě*. Praha: Portál. ISBN 978-80-7367-377-2.
10. HENDL, J., 2012. *Kvalitativní výzkum*. Praha: Portál. ISBN 978-80-262-0219-6.
11. HVÍŽDALA, K., 2003. *Moc a nemoc médií*. Praha: Máj. ISBN 80-86643-07-7
12. JEŘÁBEK, H., 1993. *Úvod do sociologického výzkumu*. Praha: Karolinum. ISBN 80-7066-662-5
13. JIRÁK, J.; KÖPPLOVÁ, B., 2009. *Masová média*. Praha: Portál. ISBN 978-80-7367-466-3.
14. KELLER, J., 2010. *Tři sociální světy*. Praha: Sociologické nakladatelství SLON. ISBN 978-80-7419-031-5
15. KOMENSKÝ, J., A., 2004. *Jak (se) učit: Vybrané myšlenky o vzdělání a výchově*. Pro všechny přátele školy uspořádal Jan Kumpera. Praha: Mladá fronta. ISBN 80-204-1123-2.
16. KRAUS, B., 2007. *Středoškolská mládež a její svět na přelomu století*. Paido. ISBN 80-7315-125-1.

17. KRAUS, B., 2008. *Základy sociální pedagogiky*. Praha: Portál. ISBN 978-80-7367-383-3.
18. LIPOVETSKY, G., 2005. *Věčný přepych*. Praha: Prostor. ISBN 80-7260-144-X
19. LIPOVETSKY, G., 2006. *Paradoxní štěstí. Esej o hyperkonzumní společnosti*. Praha: Prostor. ISBN 978-80-7260-184-4
20. McLUHAN M., 1991. *Jak rozumět médiím*. Praha: Odeon. ISBN 80-207-0296-2
21. McQuail, D., 1992. *Media performanc: Mass Communication and the Public Interest*. London: Sage Publications Ltd. ISBN-13: 9780803982956
22. McQUAIL, D., 2002. *Úvod do teorie masové komunikace*. Praha: Portál. ISBN 80-7178-714-0
23. MIČIENKA, M.; JIRÁK J., 2006. *Jak rozumět médiím*. Praha: Partner Czech. ISBN 80-239-6762-2
24. ONDREJKOVIČ, P. et al., 2001. *Sociálna patológia*. 2. vydání. Bratislava: VEDA. ISBN 80-224-0685-6
25. POKORNÁ V., 2001. *Teorie a náprava vývojových poruch učení a chování*. Praha: Portál. ISBN 80-7178-570-9
26. PETRÁČKOVÁ, V. et al., 1998. *Akademický slovník cizích slov*. Praha: Academia. ISBN 80-200-0607-9
27. PRŮCHA, J., 1996. *Pedagogická evaluace*. Brno: Masarykova univerzita. ISBN 80-210-1333-8
28. PŘÍHODA, V., 1967. *Ontogeneze lidské psychiky I – vývoj do 15 let*. Praha: Státní pedagogické nakladatelství. ISBN 74-06-14
29. REICHEL, J., 2009. *Kapitoly metodologie sociálního výzkumu*. Praha: Grada Publishing. ISBN 979-80-247-3006-6.
30. ŘÍČAN, P.; PITHARTOVÁ D., 1995. *Krotíme obrazovku*. Praha: Portál. ISBN 80-7178-084-7
31. SAK, P., 2000. *Proměny české mládeže*. Praha: Petrklíč. ISBN 80-7229-042-8. E-publicace (ISBN 978-80-7229-354-4)
32. SEKOT, Aleš, 2006. *Sociologie v kostce*. Brno: Paido. ISBN 80-7315-126-X
33. SUCHÝ, A., 2007. *Mediální zlo-mýty a realita*. Praha: Triton. ISBN 978-80-7254-926-9
34. SÝKORA, F., 2003. *Úvod do studia předmětu Sociální komunikace – Syllabus*. Brno: IMS Brno.

35. TOSCANI, O., 1996. Reklama je navoněná zdechlina. Praha: Slovart. ISBN 80-85871-82-3
36. URBAN, L.; DUBSKÝ, J.; MURDZA, K., 2011. *Masová komunikace a veřejné mínění*. Praha: Grada. ISBN 978-80-247-3563-4
37. VYBÍRAL, Z., 2000. *Psychologie lidské komunikace*. Praha: Portál. ISBN 80-7178-291-2
38. VYBÍRAL, Z., 2005. *Psychologie komunikace*. Praha: Portál. ISBN 80-7178-998-4

Internetové zdroje:

1. Arts lexikon [online]. Poslední revize 11.2.2013. Dostupný z http://artslexikon.cz/index.php/Gramotnost_medi%C3%A1ln%C3%AD
2. Bauer Media [online]. c2005. Dostupný z: <http://www.bauermedia.cz>
3. Citáty slavných osobností [online]. Dostupný z: <http://www.citaty-slavnych.cz/z>
4. Český statistický úřad [online]. Poslední revize 20.3.2013. Dostupný z: <http://www.czso.cz>
5. Masarykova univerzita [online]. Poslední revize 12.3.2013. Dostupný z: <http://www.muni.cz/research/publications/991906>
6. Median s.r.o. [online]. c2006. Dostupný z: <http://www.median.cz>
7. Self efficacy – Vnímaná osobní účinnost předškolních dětí [online]. Poslední revize 27.1.2010. Dostupný z: <http://self-efficacy.webnode.cz/>

SEZNAM OBRÁZKŮ

1. Obrázek 1 - Složky a roviny mediální gramotnosti 47

SEZNAM TABULEK (GRAFŮ)

1. Graf. 1 Kolik volného času trávíš s rodiči	55
2. Graf. 2 Jak nejčastěji trávíš volný čas s rodiči	56
3. Graf. 3 Jak nejčastěji trávíš svůj volný čas (vyber2)	57
4. Graf. 4 Kolik času denně trávíš sledováním TV	58
5. Graf. 5 Jaké pořady si vybíráš (vyber 3)	59
6. Graf. 6 Jakou televizní stanici sleduješ nejraději	60
7. Graf. 7 Díváš se na reklamy	61
8. Graf. 8 Věříš reklamám	62
9. Graf. 9 Kupuješ výrobky podle reklamy	63
10. Graf. 10 Je pro tebe značka důležitá	64
11. Graf. 11 Trávíš svůj volný čas na počítači	65
12. Graf. 12 Pokud ano, kolik času denně věnuješ PC	66
13. Graf. 13 Za jakým účelem nejčastěji používáš PC	67
14. Graf. 14 Na Internetu nejčastěji	68
15. Graf. 15 Proč svůj volný čas trávíš u TV či PC	69
16. Graf. 16 Kolik knih přečteš za měsíc	70
17. Graf. 17 Věnuješ se mimoškolním aktivitám	71
18. Graf. 18 Kolik kroužků navštěvuješ	71
19. Graf. 19 Označ 3 hodnoty, které jsou pro tebe v životě nejdůležitější	72
20. Graf. 20 Jak vysoké je kapesné měsíčně	73
21. Graf. 21. Za co nejčastěji kapesné utrácíš (označ 3)	74
22. Graf. 22 Vystačí ti kapesné, pokud jej dostáváš?	75

SEZNAM PŘÍLOH

1. Příloha PII Dotazník
2. Příloha PII Tabulka vyhodnocení dotazníků

PŘÍLOHA P I: DOTAZNÍK

Dotazník

Instrukce: přečti si pozorně každou otázku a pokus se vybrat tu odpověď, která je ti nejbližší. Poté ji zakroužkuj. U některých otázek budeš vyzván k výběru více možností.

Děkuji za čas strávený vyplňováním a za pravdivost tvých odpovědí.

1. Věk
2. Jsi chlapec/dívka.....
3. **Kolik volného času trávíš s rodiči?**
 - a) Téměř žádný
 - b) Asi čtvrtinu
 - c) Asi polovinu
 - d) Téměř všechen
4. **Jak nejčastěji trávíš volný čas s rodiči?**
 - a) S rodiči volný čas netrávím
 - b) Vykládáme si
 - c) Hrajeme společenské hry
 - d) Díváme se na TV
 - e) Jezdíme na výlety, chatu, sportujeme aj.
5. **Jak nejčastěji trávíš svůj volný čas? (vyber 2)**
 - a) Kroužky (sportovní, hudební, taneční aj)
 - b) Sledování TV
 - c) Hra, práce s PC
 - d) S kamarády
 - e) Čtu
 - f) Nic nedělám
6. **Kolik času denně strávíš sledováním TV**
 - a) Max. 1 hodinu
 - b) 1-2 hodiny
 - c) 3-5 hodin
 - d) Více než 5 hodin

7. Jaké pořady si vybíráš? (označ 3)

- a) Sportovní
- b) Dokumentární
- c) Akční
- d) Reality show
- e) Erotické
- f) Seriály
- g) Hudební
- h) Komédie
- i) Romantické
- j) Zprávy
- k) Horory

8. Jakou televizní stanici sleduješ nejraději?

- a) Čt1
- b) Čt2
- c) Nova
- d) Prima
- e) MTV, Óčko
- f) Sport
- g) HBO
- h) Jiné.....

9. Díváš se na reklamy?

- a) Ano
- b) Ne

10. Věříš reklamám?

- a) Ano
- b) Ne
- c) Pouze některým

11. Kupuješ výrobky podle reklamy?

- a) Ano
- b) Ne

12. Je pro tebe značka důležitá?

- a) Ano
- b) Ne

13. Trávíš svůj volný čas na počítači?

- a) Ano
- b) Ne, mám jiné koníčky
- c) Ne, ale rád/a bych

14. Pokud ano, kolik času denně věnuješ PC?

- a) Max. 1 hodinu
- b) 1-2 hodiny
- c) 3-5 hodin
- d) Více než 5 hodin

15. Za jakým účelem nejčastěji používáš PC?

- a) hraní PC her
- b) surfování po Internetu
- c) práce do školy

17. Na Internetu nejčastěji (vyber 2 odpovědi) :

- a) hledám informace
- b) hraju hry
- c) komunikuji s přáteli (ICQ, Skype)
- d) jsem na facebooku či jiné sociální síti
- e) procházím bulvární články
- f) poslouchám hudbu a sleduji filmy

18. Uved', proč svůj volný čas trávíš u TV či PC

- a) baví mě to
- b) nudím se a nemám nic jiného na práci
- c) rodiče na mě nemají čas
- d) rád bych navštěvoval/a kroužky, ale nemůžeme si to dovolit

16. Kolik knih přečteš za měsíc

- a) žádnou
- b) 1-2
- c) Více jak 2

17. Věnuješ se mimoškolním aktivitám?

- a) Ano
- b) Ne

18. Kolik kroužků navštěvuješ? Sportovní, hudební, taneční, vzdělávací, výtvarné apod.)

- a) žádný
- b) 1-2
- c) 3-4
- d) Více než 4

19. Označ tři hodnoty, které jsou pro tebe v životě nejdůležitější

- a) Láska
- b) Rodina
- c) Přátelé
- d) Peníze
- e) Zdraví
- f) Kariéra
- g) Vzdělání
- h) svoboda

20. Dostáváš kapesné od rodičů

- a) Ano
- b) Ne

21. Jak vysoké je tvé kapesné měsíčně?

- a) 0-100
- b) 100-500
- c) 500-1000
- d) Více než 1000
- e) Kapesné dostanu, když si řeknu

22. Za co nejčastěji kapesné utrácíš? (označ 3)

- a) Jídlo
- b) Alkohol
- c) Cigarety
- d) Časopisy
- e) Oblečení, doplňky
- f) PC hry

- g) Koníčky
- h) Knihy
- i) Zábavu
- j) Kapesné nedostávám

23. Vystačí ti kapesné, pokud jej dostáváš?

- a) Ano vystačí
- b) Rád-a bych dostával/a víc, ale vystačí mi
- c) Nestačí mi

PŘÍLOHA P II: TABULKA VYHODNOCENÍ DOTAZNÍKŮ

		Dívky	Chlapci	Celkem
Celkový počet		57	63	120
Kolik volného času trávíš s rodiči	Téměř žádný	11	14	25
	Asi čtvrtinu	24	44	68
	Asi polovinu	17	5	22
	Téměř všechny	5	0	5
Jak nejčastěji trávíš volný čas s rodiči	S rodiči volný čas netrávím	11	21	32
	Vykládáme si	12	0	12
	Hrajeme společenské hry	7	3	10
	Díváme se na TV	12	31	43
	Jezdíme na výlety apod.	15	8	23
Jak nejčastěji trávíš svůj volný čas (vyber2)	Kroužky	24	23	47
	Sledování TV	20	33	53
	Hra, práce s PC	29	28	57
	S kamarády	35	36	71
	Čtu	6	4	10
	Nic nedělám	0	2	2
Kolik času denně trávíš sledováním TV	Max 1 hodinu	15	5	20
	1-2 hodiny	23	28	51
	3-5 hodin	14	22	36
	Více než 5 hodin	5	8	13
Jaké pořady si vybíráš (vyber 3)	sportovní	9	18	27
	Dokumentární	14	8	22
	Akční	7	32	39
	Reality show	17	7	24
	Erotické	1	13	14
	Seriály	47	48	95
	Hudební	19	6	25
	Komedie	26	29	55
	Zprávy	4	2	6
	Horory	12	26	38
	Romantické	15	0	15
Jakou televizní stanici sleduješ nejraději	Čt1	4	1	5
	Ct2	0	0	0
	Nova	26	41	67
	Prima	12	8	20
	MTV, Óčko	7	0	7
	Sport	0	7	7
	HBO	4	3	7
	Jiná	4	3	7
Díváš se na reklamy	Ano	10	7	17
	Ne	9	16	25
	Jak kdy	38	40	78
Věříš reklamám	Ano	11	11	22
	Ne	18	24	42
	Pouze některým	28	28	56
Kupuješ výrobky podle reklamy	Ano	12	11	23
	Ne	45	52	97
Je pro tebe značka důležitá	Ano	35	39	74
	Ne	22	24	46
Trávíš svůj volný čas na počítači	Ano	39	47	86
	Ne, mám jiné koníčky	15	10	25
	Ne, ale rád bych	3	6	9
Pokud ano, kolik času denně věnuješ PC	Max. 1 hodinu	6	10	16
	1-2- hodiny	22	29	51
	3-5 hodin	8	8	16
	Více než 5 hodin	0	3	3
Za jakým účelem nejčastěji používáš PC	Hraní PC her	6	22	28

	Surfování po Internetu	38	35	73
	Práce do školy	12	7	19
Na Internetu nejčastěji:	Hledám informace	8	6	14
	Hraju hry	5	22	27
	Komunikuji s přáteli	13	14	27
	Jsem na Facebooku	21	12	33
	Procházím bulvární články	5	0	5
	Poslouchám hudbu a sleduji filmy	5	9	14
Proč svůj volný čas trávíš u TV či PC	Baví mě to	38	39	77
	Nudím se a nemám nic na práci	14	15	29
	Rodiče na mě nemají čas	3	4	7
	Rád bych navštěvoval kroužky, ale nemůžeme si to dovolit	2	5	7
Kolik knih přečteš za měsíc	Žádnou	35	52	87
	1-2	18	11	29
	Více než 2	4	0	4
Věnuješ se mimoškolním aktivitám	Ano	31	35	66
	Ne	26	28	54
Kolik kroužků navštěvuješ	Žádný	27	26	53
	1-2	21	34	55
	3-4	8	3	11
	Více než 4	1	0	1
Označ 3 hodnoty, které jsou pro tebe v životě nejdůležitější	Láska	28	7	35
	Rodina	39	41	80
	Přátelé	29	46	75
	Peníze	4	15	19
	Zdraví	33	39	72
	Kariéra	3	6	9
	Vzdělání	31	32	63
	Svoboda	4	3	7
Dostáváš kapesné od rodičů	Ano	55	61	116
	ne	2	2	4
Jak vysoké je kapesné měsíčně	0-100	8	12	20
	101-500	28	24	52
	501-1000	6	6	12
	Více než 1000	0	2	2
	Kapesné dostanu, když si řeknu	15	19	34
Za co nejčastěji kapesné utrácíš (označ 3)	Jídlo	30	54	84
	Alkohol	8	15	23
	Cigarety	6	10	16
	Časopisy, knihy	17	3	20
	Oblečení, doplňky	49	28	77
	PC hry	0	11	11
	Koníčky	18	21	39
	Knihy	5	0	5
	Zábavu	32	41	73
	Kapesné nedostávám	2	2	4
Vystačí ti kapesné, pokud jej dostáváš?	Ano vystačí	13	15	28
	Rád bych dostával víc, ale vystačím	30	32	62
	Nestačí mi	12	14	26