

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

**Hromadné sdělovací prostředky a jejich vliv na
výchovu mládeže**

DIPLOMOVÁ PRÁCE

Vedoucí bakalářské práce:
PhDr. Alena Plšková

Vypracoval:
Bc. František Bár

Brno 2010

Prohlášení

Prohlašuji, že jsem diplomovou práci na téma „Hromadné sdělovací prostředky a jejich vliv na výchovu mládeže“ zpracoval samostatně a použil jsem literaturu uvedenou v seznamu použitých pramenů a literatury, který je součástí této diplomové práce.

Elektronická a tištěná verze diplomové práce jsou totožné.

V Brně dne 26.3.2010

.....
Bc. František Bár

Poděkování

Děkuji paní PhDr. Aleně Plškové za velmi užitečnou metodickou pomoc, kterou mi poskytla při zpracování mé diplomové práce.

Bc. František Bár

OBSAH

Úvod	3
1 Hromadné sdělovací prostředky	5
1.1 Druhy hromadných sdělovacích prostředků a jejich charakteristika	8
1.2 Klasická média	8
1.3 Elektronická média	12
1.4 Vliv hromadných sdělovacích prostředků na osobnost jedince	16
2 Negativní vliv hromadných sdělovacích prostředků na děti a mládež.....	19
2.1 Vliv násilí v médiích na děti a mládež.....	19
2.2 Vliv pornografie a eroticky laděných pořadů	20
2.3 Vliv reklamy na děti a mládež	22
2.4 Závislost na Internetu a některá specifická zdravotní rizika.....	23
3 Možnosti využití médií ve výchově	25
3.1 Vědecká (rozumová) výchova	25
3.2 Mravní výchova	27
3.3 Právní výchova.....	27
3.4 Estetická výchova	29
3.5 Mediální výchova.....	30
4 Hodnoty.....	34
4.1 Vymezení pojmu „hodnoty“	34
4.2 Hodnotový systém	36
4.3 Klasifikace hodnot	38
4.4 Význam hodnot.....	42
5 Souvislost sledovaných pořadů s hodnotami u dětí a mládeže	45
5.1 Cíle průzkumu a formulace hypotéz	45
5.1.1 Cíle průzkumu.....	45
5.1.2 Hypotézy	45
5.2 Charakteristika výběrového souboru	46
5.3 Použité metody.....	48
5.3.1 Dotazník.....	48
5.3.2 Metody vyhodnocování dat.....	49
5.4 Prezentace výsledků a jejich diskuse	49
5.5 Závěry vyplývající z průzkumu	63
Závěr	64
Resumé	66

Anotace.....	67
Použitá literatura	68
Seznam příloh.....	72

Úvod

Dnešní svět je možné s troškou nadsázky nazvat světem médií. Média (nebo také masové sdělovací prostředky) nás totiž obklopují takřka na každém kroku a svůj život bychom si bez nich sotva dokázali představit. Média nám poskytují nejen zábavu, ale i poučení. Kromě toho je možné je využívat v práci, při studiu i jinde. Závisí jen na jejich charakteru a možnostech, které poskytují. Z toho, co bylo doposud řečeno, je tedy patrné, že média mají potenciálně na náš život velký vliv, který v současné době stále stoupá, poněvadž technologický pokrok zejména v oblasti informačních technologií spěje rychle kupředu.

Motivací autora diplomové práce k výběru tématu médií a jejich vlivu na výchovu mládeže byla skutečnost, že je sám rodičem a tudíž se chtěl dozvědět něco více o tomto v současnosti významném aspektu výchovy. Zde je možno poznamenat, že tento cíl byl při zpracování práce naplněn.

Cílem diplomové práce je objasnit pojem „hromadné sdělovací prostředky“, jejich funkci, charakterizovat jednotlivé druhy masmédií a jejich vliv na osobnost člověka. Dalším cílem je poukázat na negativní stránky vlivu médií na děti a mládež. Kromě již uvedeného je dalším cílem poukázat na možnosti využití hromadných sdělovacích prostředků v různých složkách výchovy. Vzhledem k tomu, že v praktické části je zkoumán vliv sledování televize na hodnoty u mladých jedinců, je rovněž tak cílem vysvětlit, co je podstatou hodnot. Cílem empirické části, jak již bylo výše naznačeno, je identifikovat případný vztah mezi druhem pořadů sledovaných v televizi a preferovanými hodnotami.

Aby byly vytýčené cíle práce naplněny, je její obsah rozdělen do pěti kapitol, z nichž první čtyři tvoří teoretickou část, poslední kapitola pak empirickou část práce.

První kapitola je zaměřena na vymezení samotného pojmu „hromadné sdělovací prostředky“. Tento pojem použitý v názvu práce byl v práci z praktických důvodů zaměněn za jeho synonymum „médiá“, které je jednoslovné. Po vymezení tohoto pojmu jsou charakterizovány jednotlivé druhy médií, a to v rámci jejich dvou velkých skupin – klasických a elektronických. Závěr této kapitoly se zabývá vlivem hromadných sdělovacích prostředků na osobnost jedince.

Tímto vlivem se podrobněji zabývá i druhá kapitola, avšak jen pouze jeho negativními stránkami. Je zde vysvětlován vliv násilí v médiích na děti a mládež, dále vliv pornografie a eroticky laděných pořadů, vliv reklamy na děti a mládež a závislost

na Internetu a s ním spjatá některá specifická zdravotní rizika. Snahou je tu nepohlížet na tato rizika nihilisticky, nýbrž s cílem poukázat na jejich realnost a nebezpečnost, kterou by měli zejména rodiče při výchově svých potomků brát do úvahy.

Že média mají i své veskrze pozitivní přínosy, o tom svědčí výklad ve třetí kapitole, která je zaměřena na možnosti využití médií ve výchově. Dané téma je zde řešeno podle pěti různých oblastí výchovy – vědecké (rozumové), mravní, právní, estetické a mediální. Zvýšená pozornost je zde věnována právě mediální výchově, která je jako oblast výchovy definována poměrně krátce, což ovšem nesmí nikterak snižovat její význam pro rozvoj mladého jedince.

Předmětem zájmu čtvrté kapitoly jsou hodnoty. V této kapitole je vymezen pojem „hodnoty“, následně je vymezen pojem „hodnotový systém“ a uvedena klasifikace hodnot a zvýrazněn jejich význam.

Obsahem páté kapitoly je rozbor průzkumu, který byl zaměřen na eventuální souvislost sledovaných pořadů v televizi s hodnotami u dětí a mládeže. Průzkum je zde shrnut za využití tradiční metodiky, kdy jsou nejprve uvedeny cíle průzkumu a formulované hypotézy, následně je charakterizován výběrový soubor a použité metody, prezentovány a diskutovány výsledky průzkumu a konečně i zformulovány závěry vyplývající z průzkumu.

1 Hromadné sdělovací prostředky

Pojem „hromadné sdělovací prostředky“ je velmi často používaným termínem. Kromě něj je možné se dále setkat i s pojmy „masová média“ (masmédia) či „médiá“, která jsou synonymy k pojmu „hromadné sdělovací prostředky“.

Vyjdeme-li z výše uvedeného, pak je možno uvést, že termín „médiium“ má svůj původ v latinském slově *médiium*, jímž se označovalo prostředí nebo střed. V obdobném významu se tohoto pojmu užívá i v současnosti, když tento pojem v obecné rovině je možné vymezit následovně: „médiium, obecně to, co existuje uprostřed a vzájemně spojuje dvě nebo více stran.... v užším slova smyslu již slouží primárně a záměrně ke komunikaci... V nejužším slova smyslu jsou m. prostředky masové či mediální komunikace, tj. a) média tištěná; b) média elektronická; c) média nová.“ (Reifová, 2004, s. 139-140)

Poněkud více specifickou definici pojmu „médiá“ uvádějí Petříková se Štěpánkem, kteří jím označují „... jakoukoli skutečnost, která nám zprostředkovává jinou skutečnost; v procesu přenosu informací mezi dvěma subjekty funguje médiium doslova jako prostředník, přenašeč, který zprostředkovává informaci určitému příjemci či skupině příjemců. Jinými slovy řečeno, médiium je specifická forma transferu informací. Obecně lze jakýkoli komunikační prostředek prohlásit médiem.“ (Petříková, 1998, s. 11)

Podobně vymezuje tento pojem i Sak, který uvádí, že „Médiem je vše, co přenáší myšlenku či informaci od udělovatele a co zprostředkovává sdělení. Svým způsobem je tedy médiem i jazyk. Ve vlastním významu však za médiium pokládáme prostředek, který stojí mezi udělovatelem a příjemcem a umožňuje jejich komunikaci v jednom směru či obousměrně.“ (Sak, 2007, s. 58)

Konkrétněji hovoří o vymezení předmětného pojmu Jiráková a Köpplová, kteří k němu uvádí, zpravidla se pod pojmem média „... rozumí **periodický tisk** (čili především noviny a časopisy určené široké veřejnosti) a **rozhlasové** a **televizní vysílání**, ale stále častěji také **veřejně dostupná sdělení na internetu**, ať již mají povahu výstupu výrobní organizace (např. zpravodajské portály), akumulace uživatelských příspěvků (servery typu YouTube), individuálních počínů (např. autorské blogy), popř. kontaktních sebeprezentačních nástěnek (facebook).“ (Jiráková, Köpplová, 2009, s. 21)

Hromadné sdělovací prostředky jsou charakteristické několika znaky:

- masovým dopadem – přední britský odborník na problematiku médií Denis McQuail (2005, s. 4) v této souvislosti píše, že pojem „médiá“ jsou otevřeným organizovaným prostředkem komunikace, která probíhá na dálku a během krátké doby se dostává k velkému množství lidí;
- nabízením obsahů uživatelům, které je možno různým způsobem využít (k poučení, orientaci ve světě, návod k jednání, zdroj zábavy);
- tyto obsahy jsou nabízeny průběžně či pravidelně;
- existence těchto forem komunikace je determinována zájmy a potřebami uživatelů obsahu (Jirák, Köpplová, 2009, s. 21).

Funkce médií. Pokud máme zkoumat vliv hromadných sdělovacích prostředků na publikum, je nutno se v každém případě zmínit o funkci médií. Burton a Jirák ve své práci Úvod do studia médií vymezují níže uvedené funkce médií:

- zábavní funkce – spočívá v tom, že média poskytují publiku možnost zdravého pobavení a potěšení, čímž odvádějí pozornost konzumentů obsahu od závažných sociálních problémů;
- informační funkce – média dávají publiku k dispozici potřebné informace o světě a přispívají tak k utváření si představy o světě;
- kulturní funkce – média na jedné straně předkládají publiku materiály, jež jsou reflexí naší kultury, a které se stávají její součástí, zabezpečují kontinuitu kultury, zajišťují udržení daného stavu v oblasti kultury a taktéž její změnu a růst; na straně druhé však média vytvářejí masovou kulturu, která se prosazuje na úkor různorodosti subkultur;
- sociální funkce – média poskytují příklady života společnosti, jejího jednání, vzájemného působení a sociálních skupin, což přispívá k socializaci a je návodem k výkladu vazeb mezi jednotlivými událostmi;
- politická funkce – média předkládají představu o politických událostech a aktivitách a současně vytvářejí u konzumentů iluzi, že jsou sami účastni na politickém procesu. (Burton, Jirák, 2001)

Poláková v návaznosti na tvrzení, že masově komunikační prostředky výrazně promlouvají do vývoje společnosti její organizace a spoluutvářejí nový životní styl, uvádí níže uvedené funkce médií:

- socializační – tato funkce vychází z nápodoby poskytnutých vzorů a modelů chování; vlivem této funkce dochází též k interiorizaci společenských norem a hodnot;
- demokratizační – podstatou této funkce je šíření informací širokému okruhu příjemců (téměř všem občanům) bez rozdílu věku, pohlaví, vzdělání či jiných charakteristik; všichni jedinci ve společnosti by měli mít přístup k informacím;
- racionalizační – zajišťuje rychlejší šíření informací v kratší době, které se zároveň dostávají k velkému počtu příjemců;
- informační – její podstatou je poskytování nových informací příjemcům, přičemž mezi zdrojem a příjemcem informace se vytváří vazba; tato měla doposud obvykle charakter vazby jednosměrné, tj. vazby od zdroje k příjemci, v současnosti se díky telematickým médiím a multimédiím prosazuje i komunikace obousměrná;
- poznávací – k poznání dochází prostřednictvím informací, které se k jedinci mohou dostat jak díky interpersonálním vazbám, tak i díky masmediální komunikaci;
- výchovně-osvětová – hovoříme o ní tehdy, pokud média záměrně působí na příjemce s cílem učit jej a vychovávat;
- eticko-estetická – jejím prostřednictvím se realizují základní společensko-etické, morální a estetické normy. (Poláková, 2001, s. 23)

Již jen shora zmíněné funkce médií dávají tušit, že média mají v řadě oblastí života člověka obrovský vliv. Toto tvrzení je platné zejména v případě dětí a mládeže, poněvadž jedinci z této věkové skupiny nemají dostatek vědomostí a zkušeností k tomu, aby mohli adekvátně posoudit předkládaný obsah. Z pohledu řešené problematiky mají svůj význam veškeré uvedené funkce, v klasifikaci funkcí uvedené Polákovou však lze za stěžejní považovat funkce socializační, informační, poznávací, výchovně-osvětovou a eticko-estetickou, neboť mají neblíže k edukačnímu procesu.

1.1 Druhy hromadných sdělovacích prostředků a jejich charakteristika

V souvislosti s druhy médií je možné uvést i jejich obecnější klasifikaci, která je dána charakterem určitých skupin médií. V odborné literatuře je možné se setkat s množstvím klasifikací médií, která vycházejí z různých klasifikačních kritérií. Jejich souhrnný přehled uvádí např. Schellman. Prvním takovým klasifikačním kritériem může být role médií v komunikačním procesu. Na základě tohoto klasifikačního kritéria lze média dělit na média přenosová a transportní a média sloužící k ukládání a fixování dat. Dalším hlediskem klasifikace médií jsou technická kritéria. Podle nich je primárním médiem řeč těla a poslední, terciární médium je představováno televizí. Média lze klasifikovat i podle stupně zveřejnění, podle něhož rozeznáváme interpersonální komunikaci, komunikaci v malé skupině, komunikaci v organizaci a konečně komunikaci masovou. Kromě již uvedených je možné se setkat i s klasifikačním kritériem počtu užitých mediálních prvků. Na jeho základě dělíme média na monomédia, duální média a multimédia.

Pro účely této práce je postačující uvedení základní klasifikace, které dělí média na horká a chladná a dále na média elektronická a klasická. K horkým médiím náleží např. rozhlas, televize nebo film a tato média jsou charakteristická nízkou participací recipientů. Chladná média, kam patří např. noviny a časopisy, naproti tomu vytvářejí prostor pro lidskou zvědavost. (Sak, 2007, s. 290). K elektronickým médiím patří televize, rozhlas, video, počítač a Internet. Ostatní média jsou označována jako klasická (někdy též tištěná) a můžeme sem především zařadit noviny, časopisy a knihy (<http://cs.wikipedia.org/wiki/Média>).

1.2 Klasická média

Rozvoj tištěných médií je spojen s vynálezem knihtisku, respektive s osobou mohučského brusiče drahokamů a zlatníka Johannese Gutenberga (vlastním jménem Gensfleisch; 1397/1400 – 1468), jenž přišel s technologií tisku založené na oddělených písmenech z kovu. Jak uvedl Voit, tato technologie umožňovala výrobu podstatně většího množství knih, než tomu bylo doposud. Nejprve byl knihtisk využíván především k výrobě menších tiskovin (např. letáků apod.) a knih. První noviny vyšly v roce 1609 ve Štrasburku. Jednalo se o týdeník Relation (Kraus, 1991, s. 40). V následujících třech stoletích docházelo k dalšímu rozvoji tištěných periodik, která pak

naplňovala především svoji roli v oblastech politiky a kultury.

1.2.1 Noviny

Pojem noviny je možné vymezit jako „... periodické tiskoviny, které vycházejí v krátkých intervalech. Jejich hlavním účelem je zprostředkování aktuálních zpráv z nejrůznějších oblastí, především z politiky, hospodářství, zábavy, kultury, společnosti a sportu. Z hlediska šíře zpravodajství si konkurují s rozhlasem a televizí. Jak celonárodně zaměřené, tak lokální noviny jsou základním médiem.“ (Schellmann, 2004, s. 39). Vedle pojmu noviny se používá dosti často i pojem (denní) „tisk“. Tento pojem např. H. M. McLuhan definuje jako skupinovou konfesní formu umožňující účast společenství. Současně dodává, že tisk „Může události „zabarvit“ tím, že je použije nebo že je nepoužije vůbec. Právě každodenní komunální expozice mnoha položek v juxtapozici dává tisku komplexní dimenzi zajímavosti.“ (McLuhan, 1991, s. 191).

Existují dva typy novin – deníky a týdeníky, které se odlišují periodicitou toho, jak vychází. Noviny již díky své formě vytvářejí dojem zpráv od pramene, a to bez ohledu na jejich obsah. Také jsou příznačné tím, že přinášejí diskontinuální pestrost a nelad běžného každodenního života. Podle H. M. McLuhana noviny nejlépe naplňují svoji roli tehdy, pokud odhalují stinné stránky našeho života. Proto opravdová zpráva musí být zpráva špatná, čímž se rozumí špatná zpráva o někom či špatná zpráva pro někoho (McLuhan, 1991, s. 193). Určitým problémem ovšem je, že špatné zprávy o někom přinášejí zpravidla bulvární noviny, které je možno charakterizovat jako noviny většinou neseriózní, nedodržující pravidla etiky a podbízející se vkusu nepřiliš náročných čtenářů. Jak uvádí náš přední novinář a spisovatel Karel Hvížďala, v bulvárních novinách nenajdeme větší množství textu, který nahrazují barevné fotografie. Úhel pohledu na události i cíle útoků takových novin se neustále opakují (Hvížďala, 2003, s. 208).

Právě bulvární noviny jsou nejvíce problematické, pokud jde o působení na příjemce obsahu z řad skupiny dětí a mládeže. U této věkové kategorie může obsah bulváru mít negativní vliv na jejich vnímání světa a života kolem, stejně jako na jejich dosud tvořící se morálku. Určitým paradoxem je, že v porovnání se seriózními novinami mají ty bulvární pro děti a mládež atraktivnější formu (jejich grafické zpracování je daleko pestřejší a nápaditější) i obsah (řadu zpráv zde publikovaných by seriózní noviny neotiskly, popřípadě ne v takové podobě. Navíc sdělení jsou v bulváru stručná a „jasná“, což mládeži v porovnání se zpravidla dlouhými a určitý kulturně-

politický rozhled vyžadujícími zprávami seriózního tisku vyhovuje). Bulvár v řadě případů nabízí jako první tzv. „zaručené“ zprávy, které se však v řadě případů nepotvrdí, proto je nutno dětem a mládeži klást na zřetel, že je musí vyhodnocovat z pohledu úplnosti a pravdivosti, např. srovnáním s jinými informačními zdroji apod. Svoji roli do jisté míry sehrává i větší cenová dostupnost bulvárních novin.

1.2.2 Časopisy

Časopisy představují jakýsi mezistupeň (meziformu) mezi novinami a knihami. Stejně jako noviny vycházejí periodicky, avšak intervaly jejich vydávání jsou v porovnání s novinami zpravidla delší – většinou se jedná o týdeníky, čtrnáctideníky či měsíčníky. Vzhledem k tomu jsou v porovnání s novinami méně aktuální, avšak na druhé straně jsou zase aktuálnější nežli knihy (Schellmann, 2004, s. 41). Časopisy mají v porovnání s novinami mnohem širší záběr oborů, kterým se věnují. Téměř neexistuje oblast lidské činnosti, která by nebyla profilovým obsahem nějakého časopisu na trhu.

Pokud se týká ovlivňování dětí a mládeže prostřednictvím obsahu časopisů, zde je možné konstatovat, že existuje poměrně velké množství těchto periodik, která jsou cíleně specializována právě na tuto věkovou kategorii. Jde o časopisy kvalitní i méně kvalitní, proto je nutné, aby rodiče, eventuálně jiné osoby, které mají na starost výchovu dětí a mládeže, pečlivě sledovali, jaké časopisy se jim dostávají do rukou. Totéž se samozřejmě týká časopisů, které nejsou primárně určeny dětem a mládeži, či těch, jež jim do rukou vůbec nepatří.

Nelze nezmínit skutečnost, že některé časopisy pro děti a mládež si kladou za cíl ovlivňovat jejich čtenáře v tom smyslu, aby se určitým způsobem chovali, aby kupovali určité věci apod. Příznačné je to pro množství časopisů pro dívky, které podbízivou formou dávají dospívajícím dívkám rady v různých oblastech života, které dívky aktuálně zajímají (většinou vztahy k opačnému pohlaví, image a móda). Rady takového charakteru jsou nezdědka dávány v rozkazovacím způsobu, přičemž rady zde obsažené dívky mohou brát jako imperativy, jimiž se musí jednoduše řídit. Toto se jim daří díky pseudolaskavému přístupu, který zohledňuje věkové zvláštnosti děvčat. Za velký problém je možno označit určitou tendenci k uniformitě názorů, postojů vzhledu děvčat, což nezdědka vyúsťuje do takových zdravotních problémů, jako jsou bulimie a mentální anorexie, v jiných případech do potíží psychického rázu (deprese, komplexy aj.).

1.2.3 Knihy

Knihy je možné označit za jednu z nejstarších forem uchování informací. Ačkoliv je v porovnání s novinami a časopisy nejméně aktuální, má řadu jiných předností. Vzhledem k průměrnému počtu stran v knize zprostředkovává v široké míře vědění, vzdělanost, kulturu i zábavu. Četba knih má také prokazatelně pozitivní vliv na rozvoj slovní zásoby u dítěte, na kultivaci jeho gramatických znalostí a citu i na rozvoj fantazie. Potenciálně škodlivá by mohla být četba knih s obsahem, který není adekvátní věku dítěte (např. pornografické knihy apod.). Četbu knih ze strany dětí a mládeže přitom podle výzkumů ovlivňuje rodina, škola a akce knihoven. Takovým výzkumem prováděným u nás byl např. průzkum prováděný mezi čtenáři ve věku od deseti do čtrnácti let v roce 2002 společností Gabal, Analysis & Consulting pod názvem „Jak čtou české děti“ (<http://www.gac.cz>).

Vzhledem k tomu, že děti v současnosti v důsledku rozšíření moderních komunikačních technologií méně čtou, setkáváme se dnes s různými projekty, které si kladou za cíl zvýšit atraktivnost četby knih pro současné děti a mládež. Z těchto projektů je možné zmínit projekty nazvané „Celé Česko čte dětem“ nebo „Rosteme s knihou“.

Smyslem projektu s názvem „Celé České čte dětem“ je „...aby si společnost uvědomila, jak ohromný význam má pravidelné čtení dítěti pro jeho emocionální vývoj a pro formování návyku číst si v dospělosti“, přičemž jeho východiskem je premisa, že „... pravidelné hlasité předčítání učí dítě jazyku a myšlení, rozvíjí jeho paměť a obrazotvornost, obohacuje ho o vědomosti a vzorce morálního chování, posiluje jeho sebevědomí.“ (<http://www.celeceskoctedetem.cz>) V rámci tohoto projektu jsou uskutečňovány (vedle apelování na rodiče, aby četli svým dětem alespoň dvacet minut denně) dva dílčí programy: „Klub školek, které čtou“ a „Klub škol, které čtou“, které mají doplňovat čtení dítěti v rodinném prostředí.

Projekt „Rosteme s knihou“ je kampaní na podporu četby, která je realizována pod záštitou Svazu českých knihkupců a nakladatelů. Tento projekt si klade následující cíle (<http://www.vkol.cz>):

- zvyšování vědomostního potenciálu společnosti;
- oslovení skupin dětí a mládeže, které nečtou;
- spolupráce a partnerství;
- průběžná analýza výsledků.

Tyto cíle mají být naplněny za využití různých prostředků. Z nich je možné namátkou uvést široce pojatou propagaci a medializaci četby, organizováním celostátních, regionálních a lokálních soutěží, zainteresování rodičů a pedagogů do projektu, využití vlivu známých osobností (v minulosti se těchto akcí zúčastnili např. Václav Havel, Zdeněk Svěrák aj.), doprovodné programy uskutečňované při republikových a lokálních knižních akcích aj. (<http://www.vkol.cz>).

1.3 Elektronická média

K elektronickým médiím náleží film, rozhlas, televize a Internet. Tato média bylo již v době svého vzniku, ale i později, považována za prostředek, kterým lze působit na jedince, stejně jako za prostředek, jehož prostřednictvím, respektive prostřednictvím veřejného mínění lze působit na celou společnost.

1.3.1 Film

Snahy o věrné zachycení obrazu reality jsou starého data. V 16. století byla zkonstruována tzv. camera obscura (z latiny; temná komora, někdy též dírková komora či pinhole). Jednalo se o jednoduché zařízení (byla to schránka s otvorem, jímž procházelo světlo na její protější stěnu, kam se promítal obraz venkovního prostředí), které umožňovalo vytvořit zmenšený obrácený obraz reálného prostředí (<http://cs.wikipedia.org>). Z toho důvodu bývala camera obscura často využívána malíři. V 19. století byla camera obscura vylepšena tím, že otvor byl nahrazen objektivem a na její zadní stěnu byla umístěna deska se světlocitlivým materiálem. Tak došlo k vytvoření fotoaparátu, který však stále zachycoval jen statický obraz.

Až bratři Auguste a Louis Lumièrové vytvořili první kameru (byla nazvána kinematograf), za jejíhož využití byli schopni zachytit realitu v pohybu. Bratři Lumièrové také uskutečnili první veřejné promítání, když dne 28. prosince 1895 promítli v pařížském podniku Grand Café 45 sekund trvajícím film s názvem *La Sortie de l'usine Lumiere à Lyon* (Dělníci odcházejí z Lumièrovy továrny). Až do roku 1927, kdy vznikl americký snímek *Jazzový zpěvák* (*The Jazz Singer*), byly filmy němě (Pospíšil, Závodná, 2009, s. 41). Dalšími pokroky ve vývoji technické úrovně filmů bylo využívání materiálů umožňujících natáčení barevných filmů, neustále vylepšování jejich zvuku a v posledních několika letech i využívání softwarově vytvořených postav a reality.

Ke vzniku filmu coby masového média došlo především v souvislosti s potřebou využití volného času dělnické třídy, kdy vlivem technicko-vědecké revoluce a zavádění nových technologií do výroby, stejně jako vlivem reorganizací pracovních postupů, vznikl dělníkům čas, který nebylo nutné vyplňovat prací. Takto vzniklý volný čas bylo možné vyplnit zprostředkováním kulturních zážitků, jež byly v minulosti vyhrazeny pouze příslušníkům vyšších společenských vrstev. Film tak vznikl proto, aby uspokojil určité potřeby jedné společenské třídy (Pospíšil, Závodná, 2009, s. 41).

1.3.2 Rozhlas

Jestliže film vznikl jako reakce na určitou změnu ve společnosti, kterou byl vznik volného času dělnické třídy a potřeba jeho využití, pak rozhlas (považovaný za tzv. horké médium jako prostředek působení na emoce jedince a prostředek působení na více jeho smyslů) byl médiem, který vznikl na bázi již existujících technologií (telefonu, telegrafu, nahrávání a reprodukce zvuku).

Ke vzniku první veřejné rozhlasové stanice došlo v roce 1921 v USA, kde rozhlas vysílal v Pittsburghu. První pravidelné veřejné rozhlasové vysílání bylo spuštěno o rok později ve Velké Británii, kde vznikla BBC (British Broadcasting Company, později přejmenovaná na British Broadcasting Corporation; <http://www.bbc.co.uk/historyofthebbc/innovation/index.shtml>). O další rok později bylo zahájeno první veřejné rozhlasové vysílání v Německu a záhy bylo spuštěno veřejné rozhlasové vysílání i v řadě dalších vyspělých zemí světa (Kraus, 1991, s. 41). V Československu bylo první veřejné pravidelné rozhlasové vysílání zahájeno v roce 1926 (<http://www.rozhlas.cz>).

Počty rozhlasových posluchačů se neustále zvyšovaly. Jestliže v roce 1932 bylo v USA evidováno asi 17 milionů posluchačů, v Německu pak 4,3 milionu, během následujících desetiletí se i v důsledku technologického pokroku (zejména díky vynálezu polovodičových součástek, jež umožnily miniaturizaci rozhlasových přijímačů) počty rozhlasových posluchačů mnohonásobily, přičemž řada jedinců vlastnila i několik rozhlasových přijímačů (Kraus, 1991, s. 41). K masovému rozšíření rozhlasu přispěla bezpochyby skutečnost, že toto vysílání je bez větších problémů dostupné v podstatě kdekoliv, bez jakýchkoliv omezení co se týká hranic. Na tomto faktu nemění nic ani snahy zpravidla autoritativních režimů o rušení některých vysílání, které je mnohdy neúčinné a poměrně drahé. Na druhé straně byl rozhlas mnohokrát v minulosti využit jako účinný a poměrně levný prostředek k propagandistickým

účelům (např. v nacistickém Německu, ale i v jiných totalitních režimech).

1.3.3 Televize

Rovněž tak televize byla médiem, které vzniklo na bázi do té doby užívaných technologií. Znamý teoretik médií Marshall McLuhan ve své práci *Understanding Media (The Extensions of Man)* z roku 1964 o vzniku televize uvedl, že bylo srovnatelné s vynálezem písma, hodin, knihtisku či elektrického světla. První televizní přenos byl uskutečněn britským vynálezcem Johnem Logie Bairdem, který dne 30. října 1926 předvedl svůj vynález v londýnském Soho (Pospíšil, Závodná, 2009, s. 42). Pravidelné vysílání televize spustila BBC ve Velké Británii v roce 1936 (<http://www.bbc.co.uk>).

V Československu bylo v důsledku válečných událostí a následných společensko-ekonomických změn televizní vysílání zahájeno až dne 1. května 1953 ze Studia Praha v Měšťanské Besedě a o rok později bylo toto vysílání prohlášeno za pravidelné (<http://www.ceskatelevize.cz>). Vysílání Československé televize bylo posléze rozšiřováno, a to jak z hlediska času, tak i z hlediska počtu kanálů. Ke dni 1. ledna 1992 vznikla na základě zákona ČNR č. 483/1991 Sb., o České televizi Česká televize, která v souladu s ustanovením § 2 odst. 1 citovaného zákona poskytuje „...službu veřejnosti tvorbou a šířením televizních programů, popřípadě dalšího multimediálního obsahu a doplňkových služeb na celém území České republiky...“. Po roce 1993 vznikají u nás první soukromoprávní televize.

Poněvadž je při televizním vysílání přenášen zvuk společně s obrazem, je toto médium označováno jako audiovizuální. S ohledem na možnosti televizního vysílání je možné televizi charakterizovat za dynamické a aktuální médium. Kromě toho řadě jedinců slouží k vytvoření (zvukové i obrazové) kulisy, z toho důvodu bývá hovořeno o televizi i jako o kulisovém médiu. Faktem zůstává, že televize je velmi významným informačním zdrojem, kde je síla verbálního sdělení umocňována možností jeho podpoření za využití obrazové stránky. Díky tomu má divák možnost sledovat aktuální dění prakticky kdekoli na zeměkouli, ačkoliv je vzdálen od místa dění mnohdy i tisíce kilometrů. Televize vytváří také pole společenské komunikace, např. mezi politiky, umělci, nezřídka i mezi samotnými diváky.

Na druhé straně však možnosti televize mohou být zneužity pro manipulaci s příjemci sdělení. Jak konstatuje např. Sak, „Manipulativní působení médií však nezůstává u statické imprintace obsahů, jde ještě dále. Pořady typu *Big Brother*,

Vyvolení, Největší Čech přecházejí od imprintace myslí mediálními obsahy k programování myšlení a jednání. V naprogramovaném sledu akcí má divák předem vymezené místo i s kvazirozhodovacím aktem. Pořad divákovi virtuálně vytváří pocit, že rozhoduje (poslal přece 10 SMS a on vyhrál). Neuvědomuje si, že vybral vybraného a jeho pocit rozhodování je jen vytvořená iluze. ... Větší nebezpečí takových pořadů než v prvoplánovém dekultivačním působení na sociální zrání dětí a mládeže se skrývá v druhoplánovém programování diváků, kdy jsou zbavováni jejich vnitřní svobody.“ (Sak, 2007, s. 26)

1.3.4 Internet

Nejnovějším a nejdynamičtěji se rozvíjejícím médiem je Internet. Technickým základem Internetu je vzájemné předávání multimediálních informací mezi počítači. „Podstatou funkce tohoto zatím nejnovějšího komunikačního nástroje je ovšem nikoliv technika, nýbrž **organizační řešení**, založené na myšlence celosvětové volně vytvářené sítě bez centra a prakticky bez výrazného hierarchického členění. Fyzikálně může být síť realizována mnoha různými pojitky, aniž by tím její existence a základní vlastnosti byly dotčeny (je to virtuální síť). Podstatným rysem internetu je však ústup technických záležitostí do neviditelného pozadí – alespoň pro běžného uživatele. Technické problémy pro uživatele nevznikají – a pokud přece, nejsou jeho prostředky řešitelné.“ (Musil, 2007, s. 31) K nesporným výhodám Internetu náleží jeho aktuálnost, která vyplývá z online šíření informací, jež je navíc zajištěno za minimálních nákladů.

Původ Internetu je nutno hledat ve vojensky orientovaných výzkumech prováděných ve druhé polovině 60. let minulého století v USA. Tehdy Pentagon přišel s požadavkem, aby bylo nalezeno technické řešení zabezpečující, aby vojenské počítače zapojené do sítě na celém území USA spolu mohly komunikovat i při vyřazení části sítě z provozu. Vědci z RAND Corporation toto zadání technicky vyřešili tak, že navrhli vytvoření sítě, která by neměla centrální uzel. Díky tomu je možné vést informaci k příjemci (příjemcům) po síti jakoukoliv cestou. Toto technické řešení bylo dále rozpracováváno americkou vládou založenou agenturou ARPA (Advanced Research Projects Agency), která v roce 1969 zprovoznila experimentální síť nazvanou ARPANET. Později dochází k rozšíření jejího využívání z vládních a armádních kruhů směrem k dalším institucím. Pojem Internet se poprvé objevuje v roce 1987. Od 90. let minulého století dochází k enormnímu rozšíření počtu uživatelů této sítě (<http://cs.wikipedia.org>).

Pokud se týká používání Internetu u nás v současnosti, z údajů Českého statistického úřadu uveřejněných v druhém čtvrtletí 2008 je zřejmé, že osobní počítač vlastní 48 % domácností. Připojení k Internetu má u nás 42 % domácností. Z domácností, které mají připojení k Internetu, jich má 31 % vysokorychlostní připojení. Nejvíce jsou počítače a připojení k Internetu rozšířeny v Praze (59 %, respektive 56 %), nejméně v Ústeckém kraji (33 %, respektive 27 %); (<http://www.czso.cz>).

V současnosti Internet poskytuje velké množství různorodých služeb. Jsou jimi:

- systém webových stránek (www), jež jsou zobrazovány prostřednictvím webového prohlížeče;
- elektronická pošta (e-mail);
- instant messaging, tj. online komunikace mezi uživateli;
- telefonování na Internetu (VoIP);
- přenos souborů (FTP);
- domény (DNS);
- sdílení souborů;
- připojení ke vzdálenému počítači;
- služební protokoly;
- sociální sítě. (<http://cs.wikipedia.org>)

1.4 Vliv hromadných sdělovacích prostředků na osobnost jedince

Jak uvádí Shellmann, média mají potenciálně významný vliv na velký počet lidí. Dle statistických údajů na evropském kontinentu čte několikrát týdně přes 80 % lidí noviny, 50 % časopisy a asi 20 % knihy. V průměru se v Evropě zabývají lidé tři hodiny denně poslechem rozhlasu, stejnou dobu sledování televize a asi hodinu a půl využívají online média.

Není divu, že zjišťování vlivu hromadných sdělovacích prostředků na osobnost jedince (i na sociální celky či společnost jako celek) je věnována poměrně značná pozornost jak ze strany badatelů, tak i politiků, u kterých je možné pozorovat tendence po určité regulaci médií prostřednictvím právních norem.

Mediální pedagog James Potter v souvislosti s působením médií na jedince

ve své práci *Media Literacy* (1998) systematizoval různé představy a teorie o vlivu médií na osobnost jedince následujícím způsobem, přičemž v tomto dělení zohlednil to, jaké povahy je změna, na které se působení médií podílí či kterou iniciují:

1. Kognitivní působení médií a učení – média mají schopnost a možnost nabízet podněty, jimž se lze naučit. V tomto ohledu média nabízejí adresátům obsahu množství představ a poznatků, které si adresát může zapamatovat, později je vybavit a použít je. Kognitivní účinky je možné rozdělit na záměrné a nezáměrné. U záměrných kognitivních účinků se může jednat o účinky sledované médii (např. zpravodajství) či zadavatelem (osvěta nebo reklama), popřípadě též samotným publikem (např. vyhledávání informací k různým účelům, řešení nejrůznějších problémů praktického rázu apod.). Nezáměrné kognitivní procesy naproti tomu probíhají bezděčně – například při sledování historického filmu se divák kromě zábavy může poučit o určitých historických reáliích atp.
2. Působení médií na postoje – tyto předpoklady jsou založeny na premise, že média jsou s to obsahy nabízenými ve svých produktech utvářet, formovat a rozvíjet názory, přesvědčení a postoje adresátů a v konečném důsledku i velkých skupin či společnosti celé. Ačkoliv se nepodařilo objevit univerzálně platné modely souvislosti mezi určitými obsahy a konkrétními účinky, je možné považovat za prokázané, že média nejčastěji posilují v minulosti vytvořené postoje, názory (včetně předsudků a předpojatostí) i obecné nazírání na svět, stejně jako celkovou politickou orientaci. Dále jsou média schopna ovlivnit určitým směrem dosud nevyhraněné názory či názory, které se doposud formují. Média mohou pochopitelně též názory a postoje vytvářet či pozměňovat.
3. Emocionální působení médií – média mají rovněž citové účinky (prožívání a citové rozpoložení). Tyto názory vychází z empiricky zjiitelného faktu, že média velmi často vyvolávají různě intenzivní citovou odezvu – smutek, nudu, nostalgii, strach, zuřivost nebo slast.
4. Fyziologické reakce na mediální sdělení – média nezdá se vyvolávají i mimoděk fyziologické reakce lidského organismu, které se obvykle neliší od reakcí na jiné identické podněty, avšak v některých případech se váží k určitému typu mediálních obsahů (reakce na napínavý film, film s erotickým obsahem, působení některých druhů hudby apod.).
5. Působení médií na chování – behaviorální účinky médií jsou předmětem velmi

častých debat odborníků i laiků. Pokud je jedinec vystaven určitému mediálnímu obsahu, může to u něj podpořit (za jistých okolností snad též vyvolat) změnu v jeho spotřebitelském chování, jakož to u něj může vyvolat změnu v komunikačním chování či v jednání a postojích ke svému okolí. (Jirák, Köpplová, 2009, s. 356)

Z našich autorů uvažují o vlivu médií např. Mičienka a Jirák v metodické příručce *Základy mediální výchovy*. Zmínění autoři zde uvádějí, že média mohou mít některý z níže uvedených vlivů:

- média se podílejí stále více na našem volném čase – výzkumy ukazují, že sledování médií a jejich využívání je hlavní volnočasovou aktivitou dětí a mládeže;
 - média mají tendenci ovlivňovat uspořádání prostoru, ve kterém se častěji pohybujeme – tiskoviny mají doma i v zaměstnání vymezeno své určité místo, televizor je umisťován tak, aby jej bylo možné sledovat z různých míst místnosti, monitor počítače naopak umisťujeme nejvíce tak, aby toto umístění zajišťovalo co nejvyšší míru soukromí apod.;
 - užívání médií se promítá do mezilidských a pracovních vztahů – v mnoha rodinách je dáno dohodou, kdo přepíná programy v televizi atp.;
 - média strukturují časový rozvrh dne či týdne – noviny vycházejí v určitou dobu, časopisy zase v určitý den, pořady mívají obvykle pevně stanovený vysílací čas; v závislosti na programu televize si řada lidí plánuje svůj denní program (nedělní oběd po skončení dílu seriálu, děti jdou spát po Večerníčku...);
 - užívání médií má v některých případech sklon k ritualizaci – sledování pohádek či jiných pořadů (např. estrád na Silvestra) náleží k tradiční součásti trávení některých svátků či volných dnů v řadě rodin, rovněž četba novin či jiných tiskovin se často děje za určitých podobných okolností (cestou do a z práce, do a ze školy) či na podobných místech (v křesle, v posteli před spaním...).
- (Mičienka, Jirák, 2007, s. 46)

2 Negativní vliv hromadných sdělovacích prostředků na děti a mládež

V předchozí kapitole byl rozebrán vliv médií na jedince, aniž by bylo příliš hodnoceno, zda se jedná o vliv pozitivní či negativní. Z uvedeného však bylo možné dovodit, že média mohou mít vliv obojí. Jaký vliv média mají, přitom záleží na množství okolností, z nichž některé okolnosti sotva mohou samotná média ovlivnit, avšak existují určité druhy obsahu, u něhož lze negativní vliv na děti a mládež jen stěží vyloučit. Jedná se o mediální obsahy s násilím, pornografií a erotikou a některé reklamní spoty. Vyloučit nelze ani škodlivý vliv Internetu.

2.1 Vliv násilí v médiích na děti a mládež

„Sedmnáctiletého mladíka z amerického státu Ohio poslal ... soud na 23 let do vězení za to, že ... zastřelil svou matku a zranil otce kvůli tomu, že mu rodiče zabavili videohru. ... Daniel Petric u soudu plakal, když jeho otec Mark žádal soudce, aby byl shovívavý, a říkal, že jeho syn lituje toho, co udělal. Daniel mu prý mnohokrát říkal, jak je rád, že přežil. Také se mu stýská po matce, tvrdí Mark Petric. "Pořád nedokáže pochopit, proč udělal něco tak strašného," dodal otec odsouzeného. Drama u Petricových se odehrálo v říjnu 2007 poté, co rodiče vzali svému synovi jeho oblíbenou akční videohru Halo 3. Soudce řekl, že mladík byl tou hrou natolik posedlý, že se stejně jako postavy v ní mohl domnívat, že smrt není skutečná. Obhájci Petrice tvrdili, že vzhledem ke svému věku a závislosti na hře byl za své činy méně odpovědný.“ (<http://www.novinky.cz>)

Toto je jedna mnoha podobných zpráv z médií, které dávají do souvislosti násilí v mediálním obsahu (v daném případě v počítačové hře) a násilí následně realizované v praktickém životě jeho konzumenta. V anglosaských zemích je problém násilí v médiích předmětem intenzivních výzkumů už od 80. let minulého století. U nás je tomuto problému věnována zvýšená pozornost po roce 1997 (Musil, 2007, s. 79). Tato pozornost souvisí s poměrně velkým výskytem násilí v některých mediálních obsazích (hlavně na televizní obrazovce a ve videohrách).

Drtivá část těchto studií dospívá k témuž závěru, který vyslovili již v osmdesátých letech minulého století Eron a Huesmann, kteří konstatovali, že „dlouhé sledování televizního násilí může mít trvalý vliv na charakter a osobnost dětí a může

vést k závažnému kriminálnímu chování a k antisociálnímu násilí všech typů.“ (Langmeier, Krejčířová, 2006, s. 302) Jmenovaní dále uvádějí, že „... nejpřesnějším jednotlivým predátorem toho, jak agresivní bude mladistvý v 19 letech, je násilí na televizních programech, jimž dával přednost ve věku osmi let. Vztah k množství násilných trestných činů bylo možné prokázat ještě po 22 letech, tedy ve věku 30 let.“ (Langmeier, Krejčířová, 2006, s. 302 - 303)

Mechanismus vlivu násilí v mediálním obsahu na jedince bývá často vysvětlován prostřednictvím jeho napodobování, kdy se v důsledku zobrazování násilí v médiích může disponovaný jedinec násilí „naučit“. Neplatí však přímá úměra mezi agresí sledovanou jedincem v médiích a násilím, které uplatňuje ve svém životě. Do tohoto vztahu totiž vstupuje celá řada dalších faktorů. Záleží hlavně na tom, jakým způsobem je násilí začleněno do kontextu mediálního sdělení. Za rizikové je přitom podle Federmana nutno považovat případy, kdy je agresor vylíčen v pozitivním duchu, je-li násilí ukazováno jako samozřejmý a v některých případech první a jediný způsob řešení sporů, jestliže není nikterak potrestáno a odsouzeno, pokud nutnost užití násilí v daném případě není vysvětlena, když násilné jednání nemá pro oběti téměř žádné důsledky a přijde divákovi realistické (Jirák, Köpplová, 2009, s. 361).

V některých případech bývá vliv násilí v mediálním obsahu spojován s teorií znečitlivění (někdy též nazývanou jako „teorie očkování“). Podle této teorie jedinec, který je neustále vystavován v médiích násilí, po stránce citové k němu zlhostejní a znečitliví. V důsledku toho údajně dochází ke snižování prahu citlivosti k násilí. Do současné doby ovšem není k dispozici žádný reprezentativní výzkum, který by svými závěry tuto teorii jednoznačně potvrdil (Burton, Jirák, 2001, s. 355).

2.2 Vliv pornografie a eroticky laděných pořadů

Pojem „pornografie“, o němž se bude mimo jiné v této subkapitole hovořit, je v podstatě nemožné exaktně vymezit. Pokud se týká jeho etymologického původu, jedná se o složeninu řeckých slov *porné*, tj. děvka a *graphien*, tj. psát. Řecký výraz *pornographos* je tak možné doslovně přeložit jako „popis života, zvyků a činnosti prostitutek“ (Tang, 2003, s. 28).

Existuje velké množství definic pojmu „pornografie“. Kupříkladu Caroline West jej na stránkách Stanford Encyclopedia of Philosophy vymezuje následovně: „Pornografie je jakýkoli materiál (ať již obrázky nebo slova), který je sexuálně

explicitní.“ (<http://www.science.uva.nl>). V Malé československé encyklopedii je tento pojem definován tak, že se jedná o „... vulgárně naturalistické, morální cítění urážející zobrazování pohlavního života v literatuře, výtvarném umění, v divadle, filmu apod.“ (Říman, 1987, s. 25)

Jak upozorňuje J. Musil, tematika pornografie se od problematiky násilí odlišuje zejména ve dvou aspektech:

- V západní kultuře je pornografie morálně i právně nepřijatelná a jako taková je do větší či menší míry postihována. V porovnání s mediálním násilím byl však eroticky laděný mediální obsah výrazně méně zkoumán, proto lze o vlivu pornografie na osobnost mladého jedince spíše předpokládat nežli konstatovat.
- Ve vztahu k pornografii existují velké definiční obtíže, které by ji bez výraznějších problémů odlišovaly od erotiky. Neúspěšné pokusy o právní vymezení této materie vedly alespoň k většinové shodě o nutnosti nastavení mezí. Jejím výrazem je informační označení, které zahrnuje výskyt sexuálních obsahů a erotických scén. (Musil, 2007, s. 85)

Hovoříme-li o erotice, pak je nutné si uvědomit, že tohoto pojmu bývá používáno ve třech poněkud odlišných významech, a to jako „... a) smyslnost, vnímání a prožitky se silnou vazbou na sexuální objekty a situace; b) jevy se sexuální aktivitou, provázené silnými emocionálními změnami; c) objektivní vjemy a subjektivní fantazie vzbuzující sexuálně dráždivé souvislosti, neznamenající milostnou touhu.“ (Paulička, 2002, s. 807)

Rovněž pokud se týká působení erotiky na děti a mládež, tato oblast je v současné době předmětem zevrubného zkoumání, jehož výstupy a závěry budou k dispozici v průběhu následujících několika let. Již v současnosti je však možné předpokládat, že pornografie a erotika v médiích potenciálně ohrožují budoucí zdravý sexuální život jedince. Pod pojmem „zdravý sexuální život“ je možné chápat stav, kdy „... dva pohlavně zdraví lidé spolu naváží oboustranně uspokojivý sexuální kontakt a zůstávají si v něm věrní. Touto věrností se přitom rozumí neexistence sexuálních styků s druhými osobami ani ze strany muže, ani ze strany ženy.“ (Křivohlavý, 2009, s. 208)

Zejména děti je nutné chránit proti takovému zpodobňování erotiky, pro které je příznačná absence citů, vulgarita, používání násilí či ponižování ženskosti. Autoři knihy *Krotíme obrazovku* popisují důsledky pornografie na osobnost nedospělého jedince, které lze víceméně v řadě ohledů vztáhnout i na oblast erotiky, pokud se jedná o výjevy tohoto charakteru nepřiměřené k věku dítěte. Tito autoři píší: „Pornografie poškozují

děti tím, že jim *zkracuje dětství*, předčasně probouzí sexuální citění. Navíc bere milostnému životu to, co je na něm nejkrásnější: něhu, tajemství, krásu objevování. Je zde *poníženo ženství*: Žena je v pornu předváděna jako nějaké zboží nebo jako otrokyně, která je k dispozici pro mužskou chuť.“ (Říčan, Pithartová, 1995, s. 24)

Je možné, že právě závadný erotický mediální obsah inspiroval ještě děti k hrůznému činu, který byl nedávno medializován: „Zatáhli ji do křoví a poručili: „Svlíkni se nebo dostaneš do huby.“ Pak ji znásilnili. Třináctiletá dívka z Domažlicka si hrůzný zážitek se svými stejně starými spolužáky nechávala dlouho pro sebe. Nakonec se svěřila kamarádce a ta ji přesvědčila, ať to řekne učitelce. ... Oba mladí hříšníci ... stanuli před domažlickým soudem, který začal případ projednávat za zavřenými dveřmi. ... Samosoudce Jan Švígler v odůvodnění svého rozhodnutí uvedl, že z provedených důkazů je nepochybné, že se skutek stal. „Společně nezletilou dívku odvedli do křoví, kde jí nařídili, aby se svlékla, jinak že ji zbijí. Pak si na ni lehli a vykonali soulož,“ popsal soudce, co se během pětadvaceti minut odehrálo v blízkosti domažlického autobusového nádraží.“ (www.novinky.cz)

Přes výše uvedené je však nutné si uvědomit, že sexualitu je nutné dětem přibližovat s ohledem na jejich věk. Jedině tak je možné se vyhnout řadě úskalí, která souvisejí s pohlavním životem, a která spočívají zejména v riziku šíření pohlavně přenosných chorob a v nechtěném početí.

2.3 Vliv reklamy na děti a mládež

Pojem „reklama“ pochází z latinského výrazu re-clamo, tj. vyvolávat, křičet, nezřídka s úmyslem někoho od něčeho odvrátit, přilákat k něčemu pozornost (Mičienka, Jiráček, 2007, s. 243). „Reklama je pobídkou k akci a publikum ji vnímá jako komerční propagandu (stejně jako politickou reklamu vnímá jako ideologickou propagandu). Inzeráty působí tak, že upozorní publikum na existenci nového produktu nebo v přeplněném tržním prostoru pomohou odlišit jeden výrobek od druhého ve snaze vyvolat chování – spotřebu – jež je v kapitalistické společnosti vysoce ceněno jako známka bohatství a společenského postavení. Cílem reklamy je sdělit informace o využití, ceně a (často také) druhu a typu nabízených výrobků a tím ovlivnit a usnadnit nákupní rozhodování spotřebitelů. Reklama se přitom odvolává na okruh společenských významů, jež jsou v dané době v oběhu.“ (McNair, 2004, s. 43)

Ačkoliv reklama na první pohled neskýtá přílišné nebezpečí pro další vývoj

dítěte, neboť díky přísné regulaci neobsahuje násilí ani nic pohoršujícího, je nutno se mít na pozoru i před ní. I dospělí lidé vnímají realitu znázorňovanou v reklamách tak, jak jim je předkládána – lidé jsou v nich spokojeni a šťastní, rodinná idylka je v nich dokonalá, stejně jako vše, s čím je možné se v reklamě setkat. Vyspělý dospělý jedinec dokáže diferencovat mezi takovou předstíranou realitou a skutečností, avšak totéž není možné říci o běžném konzumentovi a už vůbec ne o dětech. Mysl dítěte reklamě neodolá a vyžaduje po rodičích, ať mu tu „nezbytnou“ věc z reklamy koupí. Zde nebezpečí nespočívá ani tak v samotném faktu, že je mu tato věc pořízena, jako spíše v tom, že dítě pak spatřuje smysl života v nakupování věcí, kdy věří, že ráj je na prodej. Reklama může dítěti také stereotypně předkládat někdy až nezdravé vzory, jako je tomu např. u ideálu krásy ztělesněného v někdy až přehnané štíhlosti. Tento ideál na jedné straně způsobuje psychické problémy u jedinců, kteří tento ideál nenaplnují, avšak mnohem horší je, pokud jedinec kvůli takovému přehnanému ideálu podstupuje velké zdravotní riziko v podobě např. mentální anorexie.

2.4 Závislost na Internetu a některá specifická zdravotní rizika

Závislost na Internetu je jedním z poměrně nových rizik, které je nutno v souvislosti s médií uvažovat. Zahraniční výzkumy ukazují, že závislost na Internetu se vyvine přibližně od jednoho do pěti procent jeho uživatelů (Musil, 2007, s. 86). O tom, jak nebezpečné důsledky může závislost na Internetu mít, svědčí následující příklad: „Úřady v Jižní Koreji zatklly ve čtvrtek manželský pár, který nechal umřít své tříměsíční dítě hladu. Rodiče neměli na svého potomka čas, protože se věnovali počítačovým hrám. Uvedl to server BBC. ... Pár paradoxně hrál hru, v níž vychovával virtuální dítě - dceru jménem Anima. Hře se celý den věnovali v internetové kavárně ve městě Suwon jižně od metropole Soulu. "Ztratili práci, a tím i vůli k normálnímu životu," řekl policejní mluvčí Chung Jin-won. Jednačtyřicetiletý muž a pětadvacetiletá žena podle něj před problémy utekli do virtuálního světa. Manželé dítě krmili jednou denně, zemřelo na podvýživu. Byli zatčeni až po pěti měsících od úmrtí dítěte, které sami nahlásili. Příčinu smrti prokázala pitva.“ (<http://www.novinky.cz>)

Pokud se týká dlouhodobého sezení u počítače (většina z toho však platí i o vysedávání u televize), v jeho důsledku dochází k výraznému omezení zdravého pohybu na čerstvém vzduchu. Vyloučit v této souvislosti nelze ani pokřivení páteře

či zhoršení zraku v důsledku jeho jednostranného namáhání. Nedávno se projevila i určitá fyziologická rizika procesu vnímání, kdy určitý rytmus série velmi krátkých snímků u některých jedinců vyvolat až patologické mozkové stavy, které jsou podobné jako u epileptického záchvatu (Musil, 2007, s. 86). Dlouhodobé duševní napětí související se sledováním určitých typů obsahu může vést k poškození mozkových buněk a spojů mezi nimi (Říčan, Pithartová, 1995, s. 30). Uživatelé klasických CRT monitorů by si měli též uvědomovat, že tyto vyzařují v okruhu cca 2 metrů kolem sebe poměrně silné neionizující záření.

3 Možnosti využití médií ve výchově

Z dosud uvedeného vyplývá, že vliv masmédií na osobnost jedince může být pozitivní i negativní. K tomu, abychom mohli vliv masmédií využívat v pozitivním směru, je nezbytné využívat cíleně jejich možností, což ostatně odpovídá cílevědomému a záměrnému charakteru výchovného procesu. K tomu je zapotřebí znát potenciál jednotlivých druhů masmédií, díky čemuž je pak možné je využívat vhodným způsobem jako prostředku výchovného působení. V následujícím výkladu bude věnována pozornost možnosti využití médií ve výchově, a sice podle jednotlivých složek výchovy, k nimž je možné obecně zejména zařadit výchovu vědeckou (rozumovou), mravní, právní, estetickou a v neposlední řadě též mediální.

Je nutno uvést, že uvedené složky tvoří ucelený systém. Proto není možné jednotlivé složky z celkového systému vytrhávat, ani nelze odtrhávat jednu od druhé, poněvadž spolu vzájemně vnitřně souvisí. Plnění úkolů jedné složky má příznivý vliv na rozvoj osobnosti v ostatních složkách a naopak. Neplnění úkolů kterékoliv ze složek výchovy se negativně projeví v nedostatecích obsahu ostatních složek, čímž nastává porucha ve všestranném rozvoji osobnosti, a tím i k oslabení celkového výsledku výchovného působení, neboť dochází k narušení fungování systému výchovy.

3.1 Vědecká (rozumová) výchova

Základní posláním vědecké (rozumové) výchovy spočívá v osvojení základů věd, jakož i formování a rozvíjení přiměřených kognitivních procesů. Má dominující postavení mezi složkami výchovy, což vyplývá z toho, že na základě výsledků poznávací činnosti je formována a rozvíjena celá osobnost jedince. Význam poznání pro formování a rozvoj veškerých vlastností a kvalit osobnosti jedince je všeobecně uznáván všemi vědami.

Využití médií ve vědecké (rozumové) výchově je nasnadě. Velký význam z tohoto pohledu mají televize, odborná literatura i další odborná periodika. Opomíjet nelze ani jednu z moderních a v současnosti bouřlivě se rozvíjejících forem vyučování, kterou je e-learning, popřípadě e-learning 2.0. Z níže uvedeného stručného výčtu je zřejmé, že nabídka je v současné době v této oblasti více než pestrá.

V případě televize existuje v současnosti poměrně bohatá nabídka kanálů, které uvádějí v podstatě nepřetržitě pořady poznávacího charakteru (např. National Geographic, Animal Planet, Spektrum, Viasat History, Travel Channel aj.), jež mohou

významně přispět k rozšíření vědomostí daného jedince. Opomenout v tomto směru nelze ani určité pořady veřejnoprávní televize, která vhodné pořady uvádí zejména na kanálu ČT 2. Při využití televize, coby prostředku výchovy, obecně platí, že je nutno pořady pro dítě cíleně vybírat, tak aby zapadaly do celkové koncepce jeho výchovy.

Pokud se týká tištěných médií, ať již knih či dalších periodik, zde je nabídka opravdu takřka nepřeborná. Je proto těžké vybrat alespoň část titulů, které jsou vhodné. Lze však doporučit nabídku některých vydavatelství, která se specializují na vydávání různě zaměřené odborné literatury. Jedná se o nakladatelství Portál, Linde, ASPI Wolters Kluwer ČR, C. H. Beck, Fortuna Print, Grada Publishing a řada dalších, která se specializují na vydávání vědeckých monografií, encyklopedií, ale i populárně naučných děl, která jsou pro děti a mládež obzvláště vhodná. Totéž platí i v případě periodik. Z těch, která jsou vhodná pro děti a mládež je možné zmínit ABC, 100 + 1 zahraniční zajímavost, Moje 1. noviny, Amatérské rádio, Vildův svět, 21. Století, ReGeNeRaCe, History nebo National Geographic. V nabídce jsou však i další tituly, takže si rodiče či pedagogové mohou vybrat se zřetelem k individuálním zájmům a potřebám dítěte.

Velké možnosti ve vědecké výchově skýtá i tzv. e-learning, respektive e-learning 2.0 jako jeho novější vývojová fáze. „E-learning znamená v širším slova smyslu proces, který na základě počítačových kurzů popisuje a řeší tvorbu, distribuci, řízení výuky a zpětnou vazbu. Je chápán především jako efektivní vzdělávání s nízkými náklady pro kohokoliv, kdykoliv a kdekoliv. Elektronické kurzy jsou založeny na programovém vybavení využívajícím nejen texty, ale i obrázky, grafy, zvukové a video záznamy. Jednotlivé formy e-learningových kurzů nabízejí různý přístup k prezentaci informací – od prosté lineární prezentace přes interaktivní výklad až po komplexní simulace reálných procesů a situací. Program zároveň studentům zajišťuje i zpětnou vazbu ve formě testovacích otázek, voleb z několika možností řešení či vlastních návrhů řešení.“ (<http://www.systemonline.cz>)

Ve vztahu k e-learningu 2.0 je možné dále uvést, že „V souladu s idejemi Webu 2.0 se dnes začíná jevit jako výhodnější ... k budování systémů pro podporu výuky – konstruovat je jako snadno rozšiřitelnou sadu vzájemně kooperujících jednoduchých (jednoúčelových) služeb. Pro takto navržený systém pak není problém napojení na téměř libovolné internetové zdroje informací. Navíc je možné zcela transparentně (z pohledu uživatele i stávajících služeb) do systému doplňovat další funkcionalitu, například personalizační mechanismy.“ (<http://fi.muni.cz>)

3.2 Mravní výchova

Morálka (z latinského slova *mos*, mrav či *mores*, mravy) jako soubor požadavků a nároků na chování jedince představuje jeden z prvků regulace jednání člověka. S morálkou souvisí pojem mravnost, který je možné vymezit jako jednání, které je v souladu s morálními normami a z pohledu těchto norem je toto jednání rovněž hodnotitelné. Pojem „mrav“ znamená tedy něco, co je obecně akceptovatelné a jako takové i vhodné (Anzenbacher, 1994, s. 17). Budování morálky u jedince je podstatou mravní výchovy.

Poslání mravní výchovy spočívá ve formování mezilidských vztahů v souladu se základními principy humanity. Její organickou součástí je výchova vlastenectví, pozitivního vztahu k práci jako podmínky úspěchu a osobního štěstí jednotlivce i formování ušlechtilých mravních vlastností člověka, jakými jsou slušnost, ukázněnost, vytrvalost, statečnost, spravedlnost, humánnost apod.

Při formování těchto vlastností je možno využít i média, která se jako sociální instituce spolupodílejí na konstituování hodnot moderní doby. Rovněž pro vytváření hodnot u dětí a mládeže je možné využívat různého mediálního obsahu, ať již se jedná hlavně o film, televizi či knihy. Za vhodná z tohoto pohledu je možné chápat díla, které v přiměřené formě (s ohledem na věk a stupeň rozvoje jedince) řeší určité mravní otázky či mravní dilemata. V takových dílech se předkládají jeho konzumentovi nejen žádoucí hodnoty, čímž dochází u jedince k utváření morálního vědomí žádoucím směrem, ale ukazují i na správné způsoby řešení určitých krizových či uzlových situací, které vyžadují posouzení z morálního hlediska.

3.3 Právní výchova

Vedle morálky, respektive mravních (morálních, etických) norem náleží k regulátorům vztahů ve společnosti i právo. „Právo samo jako systém společenských norem nabývá ve vztahu ke společnosti jako celku vlastní existence, tj. hypostazuje, a působí na ni jako regulátor. Předpokladem této regulace je především znalost jejího předmětu, tj. společenských vztahů, na které má právo působit, a dále znalost skutečného stavu, na který má právní norma působit, jakož i žádoucího (cílového) stavu, který má být působením právní normy způsoben, tj. zachování stavu dosavadního (zabránění jeho změně) anebo vznik stavu nového.“ (Knapp, 1995, s. 40)

Právní normy v řadě případů vycházejí z norem mravních, ale není tomu tak

vždy. Současně se právní normy od norem mravních odlišují svými znaky. Právní normu je přitom možné charakterizovat jako pravidlo chování, které je obecně závazné, ze strany jejích adresátů musí být toto pravidlo dodržováno, přičemž aspekt dodržování je možné státem, popřípadě jiným oprávněným subjektem, vynutit. Ke znakům práva, respektive právních norem náleží tedy jeho obecnost, regulativnost, závaznost a vynutitelnost.

Posláním právní výchovy je cílevědomé zabezpečování potřebných znalostí právních norem a takového jednání a chování jedinců, jež je v souladu s požadavky našeho právního řádu. Právní výchova ve svém obsahu vychází z Ústavy České republiky, Listiny základních práv a svobod i zákonů a nařízení příslušných orgánů státu či norem nižší právní síly vydávané nižšími územně správními celky, popřípadě jinými oprávněnými subjekty.

Cílem právní výchovy by mělo být utváření žádoucího právního vědomí jedince. Jedině tak bude zajištěno, že se jedinec bude chovat v souladu s právními normami, tj. žádoucím a požadovaným způsobem. Právní vědomí je možno specifikovat jako komplex právních názorů, pocitů a znalostí, jež mají vztah k představám o spravedlnosti a účelnosti právních norem. Právní vědomí v tomto ohledu vyjadřuje vztah jedinců k platnému právu. Tento vztah ovšem nevyhází jen ze znalosti práva (respektive úrovně této znalosti), ale i z toho, jakým způsobem jedinec hodlá právo aplikovat v běžném životě.

Existuje totiž množství jedinců, kteří mají znalost práva na velmi dobré úrovni, avšak v běžném životě právo využívají (či spíše zneužívají) pouze ve svůj prospěch. Takový stav je samozřejmě nežádoucí. Naproti tomu existuje nemálo jedinců, jejichž znalosti práva nejsou na příliš vysoké úrovni, avšak chovají se podle svého morálního přesvědčení a nedostávají se tak s platným právem do rozporu. Nežádoucí je, pokud jedinec z důvodu neznalosti práva přichází o určité výhody, na které má nárok, popřípadě není-li z téhož důvodu schopen řešit svoji aktuální situaci či problém. Ideální stav proto je, pokud jedinec právní normy v přiměřeném rozsahu zná a je schopen je aplikovat v běžném životě, kdy zároveň jejich aplikaci koriguje v souladu se společností uznávanými morálními zásadami. K naplnění tohoto cíle mohou přispět pochopitelně i média.

Na trhu existuje poměrně velké množství knih s právní tematikou, které se zabývají nejrůznějšími oblastmi práva, a to včetně publikací, které jsou určeny laikům. Existují i periodika, která se specializují na právo jako celek či na jeho určitou oblast

(např. Právní rádce, Právník, Trestně právní revue aj.). I v některých běžných časopisech (Květa, Vlasta, Překvapení aj.) jsou obsaženy sloupky s právní poradnou, kde si může jedinec rozšířit své obzory v právní oblasti.

V televizi se občas vyskytují pořady s právní tematikou, jež jsou připravovány odborníky, a proto srozumitelnou formou objasňují určitá právní témata. V drtivé většině případů se jedná o pořady uváděné veřejnoprávní televizí (např. pořad Ivo Jahelky s názvem Neznalost neomlouvá). V tomto případě je garantována odborná úroveň a lze je v procesu právní výchovy bez jakýchkoliv problémů využít. Poněkud horší je situace v případě některých právních komentářů z přímých vstupů či ve zpravodajství ze studia, která mnohdy obsahují i velké nepřesnosti a jsou zavádějící. Proto je nutné obsah velmi pečlivě posuzovat po stránce věcné správnosti, aby jeho využití naplnilo sledovaný efekt.

Velký prostor pro právní výchovu poskytují další elektronická média – Internet či počítačové programy. Na Internetu existují některé specializované webové stránky, které se zabývají na velmi slušné úrovni právní problematikou. Jedná se buď o webové stránky nakladatelství, která vydávají právnickou literaturu (např. <http://www.linde.cz/>, <http://www.sagit.cz/>, <http://www.beck.cz/> a řada dalších), ale i stránky jiné (např. <http://www.pravnik.cz/>, <http://business.center.cz/business/pravo> aj.). Velkým přínosem pro zvyšování právního vědomí zejména starších jedinců jsou různé softwarové aplikace, které obsahují aktualizované texty zákonů s množstvím nadstavbových aplikací (např. ASPI – Automatizovaný systém právních aplikací, LexDATA, LEGSYS Galaxy a další).

3.4 Estetická výchova

„Estetika (z řec. *aisthetikos* - vnímavost, cit (pro krásu)) je filosofická disciplína zabývající se krásnem, jeho působením na člověka, lidským vnímáním pocitů a dojmů z uměleckých i přírodních výtvorů.“ (<http://cs.wikipedia.org/wiki/Estetika>) Pod pojmem estetická výchova je možno rozumět „... činnost, kterou navozujeme v psychice člověka potřebu estetických prožitků a estetického sebevyjádření“ (Urban, 1970, s. 24).

Poslání estetické výchovy se uskutečňuje osvojováním soustavy estetických názorů jedinců a utvářením jejich vztahu ke krásnu. Estetická výchova má rozvíjet nikoliv jen estetické cítění a vkus, nýbrž i podněcovat schopnost aktivně krásno vytvářet. Hluboký estetický zážitek a cit při plnění běžných každodenních úkolů

či povinností posiluje poznání a motivuje k odpovědnému jednání. Estetickou výchovu však nelze zužovat jen na výchovu k umění a uměním. Výchova ke krásnu by měla prolínat celým prostředím, ve kterém se jedinec pohybuje, a využívat veškerých prostředků k rozvíjení estetického vztahu ke skutečnosti.

Rovněž v případě estetické výchovy jsou velmi dobře využitelné možnosti médií. Velké část mediálního obsahu je totiž zaměřena umělecky. Na trhu i v knihovnách je k dispozici velké množství literatury uměleckého zaměření, které lze velmi dobře využít k estetické výchově. I televize a film skýtají podobné možnosti. Zdaleka největší potenciál však v tomto ohledu představují multimédia, která umožňují prohlížet umělecký obsah podle momentálního zájmu jedince, což velmi často přispívá k rozvoji jeho zájmu. Výhodou tu je i velká cenová i časová přístupnost různého uměleckého obsahu, který tak může být zprostředkován velkému okruhu zájemců.

3.5 Mediální výchova

Uvědomování si vlivu médií na osobnost mladého jedince našlo podporu ve snaze Ministerstva školství, mládeže a tělovýchovy v co největší míře eliminovat negativní vlivy tohoto působení a naopak co nejvíce využít možností pozitivního působení médií. Tato snaha se promítla do Rámcového vzdělávacího programu pro základní vzdělávání (dále jen „RVPZV“), kde je mezi průřezovými tématy základního vzdělávání uvedena (vedle osobnostní a sociální výchovy, výchovy demokratického občana, výchovy k myšlení v evropských a globálních souvislostech, multikulturní výchovy a environmentální výchovy) též mediální výchova. Průřezová témata jsou přitom povinnou součástí základního vzdělávání. Jejich úkolem je přispívat ke komplexnosti vzdělávání žáků i pozitivně ovlivňovat proces utváření a rozvoje klíčových kompetencí žáků. Každé průřezové téma je vymezeno jeho charakteristikou, dále jeho přínosem k rozvoji osobnosti žáka a taktéž jednotlivými tematickými okruhy.

Charakteristika průřezového tématu Mediální výchova. Jak je patrné z RVPZV, smyslem průřezového tématu Mediální výchova v základním vzdělávání je předání základních vědomostí a položení základů dovedností, které mají vztah k mediální komunikaci a práci s médii. Vyjádřeno jinými slovy, cílem mediální výchovy je vybavení žáka elementární úrovní mediální gramotnosti. Tento obecný cíl mediální výchovy je dále konkretizován do následujících dílčích cílů mediální výchovy:

- zajistit, aby si žáci osvojili některé elementární poznatky z oblasti fungování

a společenské role současných masmédií, včetně poznatků o jejich historii a struktuře fungování;

- utvořit u žáků dovednosti, které podporují jejich poučené, aktivní a nezávislé zapojení do mediální komunikace – těmito dovednostmi by měly být především:
 - schopnost provést analýzu nabízených sdělení a na jejím základě vyhodnotit jejich věrohodnost, identifikovat jejich komunikační záměr, eventuálně je asociovat s dalšími sděleními, s nimiž přichází do styku;
 - schopnost orientace v mediovaných obsazích, jakož i schopnost výběru optimálního média coby prostředku naplnění různorodých potřeb – média tu mohou naplňovat roli informačního zdroje, prostředku vzdělávání i prostředkem k naplnění volného času. (RVPZV, s. 101)

Přínos průřezového tématu Mediální výchova pro rozvoj osobnosti žáka.

Přínos tohoto průřezového tématu je v RVPZV rozčleněn do dvou oblastí – jednak do oblastí vědomostí, dovedností a schopností žáka, jednak do oblastí žákových postojů a hodnot. V oblasti vědomostí, dovedností a schopností žáka by měl přínos mediální výchovy spočívat v následujících skutečnostech, kdy by mediální výchova měla:

- přispět k vytvoření schopnosti úspěšně a samostatně vstupovat do mediální komunikace;
- umožnit rozvoj schopnosti analytického přístupu k mediálním obsahům a udržení si kritického odstupu od tohoto obsahu;
- učit využívání možnosti médií jakožto informačního pramene, zdroje kvalitní zábavy a prostředku smysluplného naplňování volného času;
- umožnit žákovi pochopit cíle a strategie vybraných mediálních obsahů;
- vést k osvojení si základních zásad vytváření významných mediálních obsahů se zřetelem k obsahu zpravodajství;
- umožnit nabytí představy o roli masmédií v zásadních společenských situacích potažmo o roli médií v demokratické společnosti vůbec, a to včetně právních souvislostí této role;
- vytvářet představu o postavení médií v běžném životě regionu či lokality;
- vést k rozpoznávání platnosti a významu argumentů v rámci veřejné komunikace;
- rozvíjet schopnost komunikace, především během vystupování na veřejnosti a při stylizaci psaného i mluveného textu;

- napomoci využívat vlastní schopnosti při práci ve skupině (týmu) i v redakčním kolektivu;
- přispívat ke schopnosti adaptovat vlastní činnost cílům a potřebám skupiny (týmu). (RVPZV, s. 102)

V oblasti postojů a hodnot by průřezové téma mediální výchova mělo:

- rozvíjet vnímavost vůči stereotypům v mediálním obsahu a taktéž vůči způsobu zpracování mediálních sdělení;
- vést k uvědomování si hodnoty svého vlastního života (se zřetelem k volnému času), jakož i k uvědomování si své vlastní odpovědnosti za naplnění svého života;
- rozvíjet vnímavost ve vztahu k předsudkům a zjednodušujícím soudům o sociální realitě (důraz je kladen na minority) i o jedincích;
- napomáhat, aby si žák uvědomil na jedné straně možnost svobodného vyjádření svých postojů, avšak na druhé straně zároveň své odpovědnosti za způsob formulace a prezentace těchto postojů. (RVPZV, s. 102)

Tematické okruhy průřezového tématu Mediální výchova. Obsah průřezového tématu je rozpracován do dvou tematických okruhů: receptivních činností a produktivních činností. V každém z těchto tematických okruhů jsou zahrnuta stanovená témata, přičemž výběr z nich a způsob jejich zpracování v kurikulárních dokumentech je svěřen do kompetence školy.

Tematické okruhy receptivních činností vycházejí z tzv. kriticko-hermeneutické větve mediální výchovy, která vychází z postulátu, že pokud jedinec zná principy a metody fungování médií, bude schopen snáze se kriticky orientovat v nabízeném mediálním obsahu (Revue pro média, 2004, s. 41 - 42). RVPZV stanovuje následující tematické okruhy receptivních činností:

- kritické čtení a vnímání mediálních sdělení – jde především o postihu podstaty mediálního sdělení, odhalování jeho cílů a pravidel;
- interpretace vztahu mediálních sdělení a reality – žáci by se zde hlavně měli naučit diferencovat mezi různými typy sdělení, stejně jako naučit se je rozlišovat a znát jejich funkce;
- stavba mediálních sdělení – jeho obsahem je vysvětlení principů sestavování zpravodajství a možností jejich identifikace, a to např. na příkladech stavby a uspořádání zpráv či jiných mediálních sdělení;

- vnímání autora mediálních sdělení – obsah tohoto tematického okruhu by měl být zaměřen na identifikaci postojů a názorů autora v mediovaném sdělení;
- fungování a vliv médií ve společnosti – tento tematický okruh se věnuje zejména organizaci, postavení a vlivu médií ve společnosti (např. v politice) a faktorům, které je ovlivňují. (RVPZV, s. 102 - 103)

Tematické okruhy produktivních činností vycházejí z konceptu learning-by-doing, podle něhož by měl být jedinec připraven na praktické využívání médií (Revue pro média, 2004, s. 41 - 42). V RVPZV jsou stanoveny níže uvedené tematické okruhy produktivních činností:

- tvorba mediálního sdělení – je zaměřen na tvorbu věcně správného a komunikačně vhodného mediálního sdělení určeného pro školní časopis, rozhlas, televizi nebo internetové médium;
- práce v realizačním týmu – orientuje se na utváření a fungování týmu redakce školního časopisu, rozhlasu, televize nebo internetového média a v neposlední řadě i na faktory, které práci v tomto týmu ovlivňují. (RVPZV, s. 103)

Výše uvedené tematické okruhy průřezového tématu Mediální výchova vycházejí z tzv. tradičního přístupu k mediální výchově. Tento přístup vychází z konfigurace rolí v procesu mediovaného sdělování na aktivního producenta sdělení a jeho pasivního příjemce (McQuail, 2002, s. 41). V současnosti se prosazuje v důsledku rozšiřování digitálních technologií též přístup teleologický. Podle něj by mělo být úkolem mediální výchovy zkoumání, analýza, rozvoj a zdokonalování možností, které moderní informační a komunikační technologie skýtají pro výuku a pro realizaci konceptu celoživotního vzdělávání. Tyto možnosti mohou spočívat např. ve tvorbě a implementaci výukových aplikací, realizování virtuální školy či virtuální univerzity apod. (Revue pro média, 2004, s. 41 - 42).

4 Hodnoty

S pojmem „hodnota“ je možné se v různých významech setkat v běžné mluvě velmi často, poněvadž se jedná o interdisciplinární pojem. Ve svém obecném významu vyjadřuje určitou specifickou vlastnost veškerých přírodních a společenských jevů s pozitivním či negativním, významem pro jedince či pro celou společnost. Nejběžněji je tohoto pojmu používáno ve smyslu pojmu „cena“ a dále také ve smyslu „něčeho důležitého“ z pohledu konkrétního jedince. Ve druhém uvedeném výrazu se tohoto pojmu užívá ve filozofii s akcentem k morálnímu hodnocení tohoto důležitého. V tomto směru se zároveň jedná o něco, co ovlivňuje myšlení a jednání daného jedince. Tento pohled je zase příznačný pro pedagogiku. Vzhledem ke skutečnosti, že hodnoty do značné míry ovlivňují myšlení a jednání člověka, je nutno také v rámci výchovného procesu hodnotám věnovat velkou pozornost.

4.1 Vymezení pojmu „hodnoty“

Ačkoliv je pojem „hodnoty“ frekventovaný, jeho vymezení je poněkud složitější. Proto v literatuře existuje množství definic zmíněného pojmu, z nichž každá klade důraz na jeho odlišné aspekty. Níže se pokusím uvést výčet alespoň některých z nich a tyto se pokusím následně zevšeobecnit.

Americký sociální psycholog Milton Rokeach ve své práci Přesvědčení, postoje a hodnoty: Teorie organizace a změny z roku 1968 o hodnotách píše jako o jistém druhu přesvědčení, který určuje, jak by se jedinec měl či neměl chovat, popřípadě o jistém stylu života, o němž by jedinec měl či naopak neměl usilovat. V citované práci Rokeach dále konstatuje, že hodnota představuje abstraktní ideál (ať již pozitivní či negativní), kterým je determinováno jednání a úsudky jedince za různých situací.

Američtí autoři Linda a Richard Eyrovi ve své práci Jak naučit děti hodnotám se o pojmu „hodnota“ vyjadřují následovně: „Respektovaná a univerzálně „přijatelná“ hodnota prospívá jak člověku, který ji uznává, tak lidem, s nimiž v duchu této hodnoty jedná ... Za hodnotu tedy považujeme takovou vlastnost, která se:

- násobí a prohlubuje (dokonce i když se na ni vědomě nesoustředíme),
- se vyznačuje tím, že čím více ji projevujeme (ať ve vztahu k sobě nebo k druhým), tím více jí dostáváme (od sebe nebo od druhých).“ (Eyrová, 2007, s. 12 – 13)

Kučerová ve svém vymezení pojmu „hodnota“ poukazuje na skutečnost, že jej lze

chápat v užším a širším významu, když uvádí: „Mluví-li se o hodnotách, lze tím myslet vše, co člověku přináší uspokojení jeho potřeb a zájmů, tedy hodnoty v širším smyslu, nebo tím máme na mysli hodnoty v užším slova smyslu, tedy základní kulturní kategorii, odpovídající vyšším normám ideálů, zejména mravním, sociálním a estetickým.“ (Kučerová, 1996, s. 65).

Dorotíková o hodnotách hovoří jako o všeobecně platných normách lidského chování. V Psychologickém slovníku autorů Hartla a Hartlové se můžeme setkat s definicí pojmu „hodnota“, podle níž se jedná o „... vlastnost, kterou jedinec přisuzuje určitému objektu, situaci, události či činnosti, a to v souvislosti s uspokojováním jeho potřeb.“ (Hartl, Hartlová, 2000, s. 192.) Podle Štikara je nutné pojem „hodnota“ vnímat v komplexním významu, jenž v sobě subsumuje zaměřenost jedince (tato je reprezentována cíli, ideály a přáními ovlivňujícími chování jedince), etický rozměr (tento dává odpověď na otázku, co je nebo naopak není dobré nebo žádoucí), závažnost, souvztažnost a projevy v prožívání a chování jedince. (Štikar, 2000, s. 78) Špůr ve své práci Úvod do systematické filozofie uvádí, že hodnoty jsou záležitostí ryzí subjektivity člověka. Umlaufová a Pfeifer o hodnotách tvrdí, že jde o „... uznávané, chtěné a zavazující statky nebo ideje, působící na chování člověk.“ (Umlaufová, Pfeifer, 1993, s. 57.)

V Pedagogickém slovníku autora Průchy se setkáváme s tímto vymezením pojmu „hodnota“: „V sociálně-psychologickém pojetí subjektivní ocenění nebo míra důležitosti, kterou jedinec přisuzuje určitým věcem, jevům, symbolům, jiným lidem aj. Hodnoty (hodnotové orientace) jsou osvojovány v procesech socializace a akulturace. Některé hodnoty jsou sdíleny celými skupinami nebo celou společností. Určité hodnoty (např. morální) mají trvalou „absolutní“ platnost, jiné jsou proměnlivé a mají krátkodobé trvání. Z pedagogického hlediska jsou důležité: 1. hodnotové systémy mládeže, 2. vzdělání samo jako společenská hodnota, tj. významnost, kterou společnost přisuzuje roli vzdělání pro život jedince a pro rozvoj společnosti, 3. hodnoty a postoje jako součást cílů a obsahů školní edukace vymezovaných ve vzdělávacích programech.“ (Průcha, 2008, s. 47.)

Pojmem „hodnota“ s psychologickým akcentem se zabývá např. Střelec. Tento o hodnotách píše následovně: „Z psychologického hlediska stojí na počátku a v základě hodnotícího procesu potřeba: od mučivého napětí či neklidu a očekávání, přes neurčitou tendenci hledající si svůj objekt, až k uvědomělému záměru dosáhnout uspokojení potřeby určitým způsobem. Hodnocení je podmínkou existence, neustálé obnovy,

reprodukce organismu. Je umožněno danou formou dráždivosti a výběrovosti reakcí. Kladná hodnota uspokojuje potřebu organismu, vyvolává pocit libosti. Ztráta kladné hodnoty nebo záporná hodnota vyvolává nelibost.“ (Střelec, 1994, s. 6).

Hodnoty neexistují jako status quo. Procházejí u jedince určitým vývojem, který je nejdynamičtější v období dětství a dospívání. K poměrně výrazným změnám v hodnotách (potažmo i v hodnotovém systému) dochází pod vlivem různých životních změn u seniorů. K utváření hodnot u jedince dochází i za spolupůsobení hodnot sociálních skupin, v nichž se jedinec pohybuje (nejčastěji rodina, školní kolektiv, pracovní kolektiv, parta, ale i náboženské společenství). S. Kučerová k tomuto uvádí následující: „Jako jednotlivci mají své rozmanité osobní hodnoty, tak i společenské skupiny se svým výběrem hodnot liší. Rodiny, dětské i pracovní kolektivy, kluby a spolky, etnické skupiny, národy, organizace, profese, společenské třídy, strany, církve, státy, velké i malé společenské skupiny se integrují a odlišují od ostatních především tím, co pokládají za důležité a žádoucí, tedy svými hodnotovými orientacemi a postoji.“ (Kučerová, 1997, s 5.) Osvojené hodnoty jsou základem jedinceva morálního hodnocení – skrze ně hodnotí věci a události jako dobré či špatné, správné nebo naopak nesprávné.

Shrneme-li dosud uvedené o hodnotách, pak je možné říci, že podle hodnot lze usuzovat na přesvědčení jedince, které vychází z jeho cílů. Hodnoty jsou v tomto smyslu určitým reprezentantem přesvědčení jedince. Pokud je hodnota jedincem interiorizována, lze ji vnímat jako standard a zároveň kritérium, jímž je možné hodnotit jeho jednání. Současně je východiskem udržení a dalšího rozvoje vlastních postojů a poměřování vlastní osoby ve vztahu k ostatním. Hodnoty ovlivňují rozhodování lidí a tím utvářejí jejich chování a jednání. Je tomu tak proto, poněvadž vyjadřují to, co je pro jedince podstatné a důležité, úzce souvisí s potřebami člověka. Uspokojování lidských potřeb je předpokladem pro vznik hodnotového systému.

V souvislosti s hodnotami bývá také řešen vztah motivů a hodnot. Podle Nakonečného je účel jednání vyjadřován motivem, zatímco způsob chování jedince vyvěrá spíše z vnitřních hodnot.

4.2 Hodnotový systém

Hodnoty vytvářejí u každého jedince určitý hierarchizovaný systém, jenž bývá označován pojmem „hodnotový systém“. Tento pojem má svůj význam z toho důvodu, neboť jednotlivé hodnoty uznávané jedincem není možné interpretovat odděleně,

ale ve spojení s jinými jím uznávanými hodnotami, vytčenými cíli a zájmy. Boroš k tomuto problému trefně uvádí: „Jestliže chceme z hlediska motivace chování postihnout hodnotovou orientaci, je potřebné si uvědomit, že hodnoty jsou obvykle pospojovány navzájem, že tvoří shluky, anebo trsy. To zn., že jestliže se preferuje např. hodnota vzdělání, může tato preference souviset nejen s touhou po vzdělání a rozvíjení vlastní osobnosti, ale taktéž s kariérismem, vyniknutím apod.“ (Boroš, 1995, s. 70.)

Rovněž v případě pojmu „hodnotový systém“ se můžeme setkat s poměrně velkým množstvím jeho definic. V následujícím výkladu uvedeme jen některé, neboť není cílem uvést je zde všechny.

Již zmiňovaný Rokeach pojem „hodnotový systém“ chápe jako hierarchické uspořádání hodnot jedince, přičemž kritériem tohoto uspořádání je jejich důležitost (význam) pro toho kterého jedince.

Podobným způsobem, jako vymezil pojem „hodnotový systém“ Rokeach, je tento pojem vymezen i v Psychologickém slovníku Hartla a Hartlové, kde je uvedeno, že hierarchie hodnot představuje systém hodnot, které jsou uspořádány v závislosti na jejich důležitosti. Tento systém do značné míry ovlivňuje nejobecnější postoje, životní styl i morálku každého jedince. Kromě toho má hodnotový systém výrazný vliv na aspirační úroveň každého jedince, jinými slovy významně ovlivňuje nároky kladené jedincem na sebe sama a tím i velikost jeho výkonu (Bedrnová, Nový, 2002). Hodnotový systém je významným integračním činitelem osobnosti, jenž má úzkou vazbu na motivy a postoje jedince. Štikar v této souvislosti uvádějí, že hodnotový systém je „... významným zdrojem motivace lidské činnosti.“ (Štikar, 2000, s. 65.) Horák k tomuto pojmu píše následující: „Hodnotovou orientaci chápeme jako vzájemně se ovlivňující proces orientace hodnotami a orientace na hodnoty.“ (Horák, 1997, s. 20).

Vedle pojmu „hodnotový systém“ je možné se v odborné literatuře setkat i s pojmem „hodnotová orientace“. K hodnotové orientaci např. Štikar uvádí, že tato má velký vliv na celkové chování a zaměřenost jedince. Již zmiňovaná Dorotíková se domnívá, že hodnotová orientace vychází nikoliv jen z toho, které významy jsou jedincem zaregistrovány, nýbrž zejména z toho, které hodnoty jsou jím preferovány a které naopak odmítá, jinými slovy vyjádřeno, které jsou pro něj dominantní či naopak okrajové, a jež z toho důvodu respektuje nebo nerespektuje (Dorotíková, 1998, s. 75.).

Zástupné používání pojmů „hodnotový systém“ a „hodnotová orientace“ zohledňuje definice uvedená v Pedagogickém slovníku autora Průchy, který v něm

uvádí: „**Hodnotový systém** – hodnotová orientace: angl. value system, value orientation. Hierarchicky uspořádaný soubor hodnot, který odráží reálné pořadí (důležitost) hodnot sdílených určitou skupinou populace v určitém období. Je zjišťován speciálními výzkumy, které objasňují např. rozdíly v hodnotových systémech (hodnotových orientací) mladé generace a dospělých. Hodnotový systém současné české mládeže není soustavně popsán, avšak z dosavadních výzkumů je dokládáno, že se vlivem nových politických a ekonomických podmínek české společnosti výrazně odlišuje od stavu před r. 1989.“ (Průcha, 2008, s. 322).

U Horáka je možné se setkat s výčtem znaků, jimiž se hodnotový systém každého jedince vyznačuje:

- spjatost s jedincem – hodnotový systém má vytvořen každý jedinec, přičemž není důležité, zda si to tento uvědomuje či nikoliv; v praxi je jeho projevem selektivní přístup k jevům vnitřního i vnějšího světa, což umožňuje jeho měření;
- relativní konzistentnost – k utváření hodnotového systému u jedince dochází v poměrně dlouhém časovém horizontu, a to na základě opakované zkušenosti a učení;
- schopnost indikovat zaměření osobnosti – hodnotový systém je reflexí podstatných charakterových rysů osobnosti;
- dynamičnost – ačkoliv je hodnotový systém relativně konzistentní, během života jedince dochází k jeho určitým změnám. (Horák, 1996, s. 21)

Zatímco tedy hodnoty je možné chápat jako určité elementární stavební kameny, hodnotový systém je možno chápat jejich vzájemné uspořádání, jehož klíčem je důležitost jednotlivých hodnot z pohledu jedince. I když je hodnotový systém poměrně stabilním systémem, může v něm v průběhu života na základě různých podnětů docházet i k poměrně výrazným změnám. Této skutečnosti je nutno využívat během formativního působení ze strany pedagoga.

4.3 Klasifikace hodnot

Z výše podaných definic pojmu „hodnota“ je zřejmé, že tento pojem je ve svém obsahu velmi mnohostranný a že stejně různorodé musí nutně být i hodnoty, které lidé uznávají. Pro lepší orientaci v nich tak byla podána řada taxonomií hodnot, které vycházejí z různých klasifikačních kritérií.

Rockreach a Ball-Rockreach hodnoty člení na cílové a instrumentální. Za cílové

hodnoty jsou jimi pokládány žádoucí výsledky, ke kterým jsou zaměřeny veškeré aktivity jedince. K typickým cílovým hodnotám náleží bezpečí, láska, harmonie či mír. Instrumentálními hodnotami jsou naproti tomu ty, které souvisejí s prostředky, které jedinec volí pro dosažení cílových hodnot. (Kučerová, 1990, s. 43 - 44).

Z našich autorů např. Umlaufová a Pfeifer diferencují mezi hodnotami instrumentálními a morálními. Instrumentální hodnoty mají za cíl uspokojit určitou potřebu jedince. Příklady takových hodnot mohou být plat nebo realizace určitého nápadu. Morální hodnoty jsou ty, které nacházejí svůj odraz v protikladných kategoriích hrdosti/ponížení. Typickými příklady morálních hodnot jsou pomoc ostatním lidem nebo ochrana přírody.

Kučerová klasifikuje podle jejich charakteru hodnoty na přírodní (tyto dále člení na vitální a sociální), civilizační a duchovní.

Přírodní hodnoty jsou člověku vlastní z toho důvodu, neboť má svoji přirozenou biologickou stránku. Ačkoliv již dávno došlo k odtržení člověka od jednoty s přírodou, má díky biologické stránce kus přírody stále v sobě. (Kučerová, 1997, s. 7) Přírodní hodnoty jsou dvojího druhu:

- hodnoty vitální – „... odpovídají potřebám tělesné existence. ... Jsou výrazem tendence udržet a prosadit, uchovat a rozvinout život organismu.“ (Kučerová, 1990, s. 43 - 44). Jsou v nás podněcovány přírodou. Vyjadřují základní podmínky zachování lidského života, bez něhož nelze další hodnoty realizovat. K potřebám, které tyto podmínky reprezentují, patří zejména potřeba bezpečí, sytosti, tepla, pohybu, odpočinku, spánku, svalové a duševní činnosti, něhy, ochrany, péče nebo potřeba objevovat a pátrat.
- Hodnoty sociální – „... jsou projevem vztahu člověka k druhým lidem a k sobě samému mezi nimi.“ (Kučerová, 1997, s. 7.) Tyto hodnoty ztělesňují dvě tendence ve snahách jedince – ve snaze navazovat kontakty s jinými lidmi (výrazem této snahy je např. snaha o asociaci, touha po vzájemnosti, družnosti, touha milovat a být milován apod.) a ve snaze dosáhnout společenského uznání (zde se jedná o touhu mít prestiž, uplatnit se, být uznáván, prosadit se aj.). Sociální hodnoty Kučerová do přírodních řadí z toho důvodu, neboť „Podstata lidské existence kotví hluboko v říši přírody. Biologickou sféru lidského života nelze zapřít ani potlačit.“ (Kučerová, 1990, s. 43.)

Civilizační hodnoty jsou podle Kučerové „... podmínkou i výsledkem společenské výroby a organizace, techniky a ekonomiky. Civilizační hodnoty, užitek

a komfort zbavují člověka bezprostřední závislosti na přírodě, umožňují mu vytvářet materiální kulturu, svět utilitárních významů.“ (Kučerová, 1990, s. 44). Civilizační hodnoty je možné přitom charakterizovat jako podmínku a výsledek společenské organizace, komunikace, výroby a procesu poznání (Kučerová, 1997, s. 8). Tyto hodnoty jsou spíše prostředek seberealizace jedince než její cíl. K charakteristice člověka náleží též to, že se cíleně rozhoduje mezi hodnotami, a to s cílem nalézt rovnováhu mezi společností a přírodou.

Duchovní hodnoty Kučerová shledává „... ohniskem, kolem kterého vyrůstá niterná kultura člověka, jedince i společnosti. Patří sem tvůrčí sebeuvědomění a sebevyjádření, úsilí postihnout smysl věcí, plnost života, uchopit vztah člověka k světu a životu ve světle významů pravdivostních, etických či estetických, filozofie a umění, intelektuální rozvoj, citové bohatství, vzdělanost, duchovní tvorba.“ (Kučerová, 1996, s. 73). Sféra duchovních hodnot je podle ní utvářena pod vlivem potřeby člověka hledat a nacházet takové skutečnosti, jakými jsou podstata a smysl, dobro, krása či svobodná a uvědomělá lidskost. Tím přispívají k uvědomění si vlastní hodnoty prostřednictvím vědomí, že jsme druhými ceněni či milováni. Jsou zdrojem možných způsobů přijímání druhých a vztahu k nim.

Dle Göbelové známý rakouský neurolog a psychiatr Viktor E. Frankl člení hodnoty zcela jinak, a to následovně:

- zážitkové – jedná se o ty hodnoty, které náš život obohacují; mají vztah k tomu, co v lidech způsobuje kladné emoce (typicky umění, hudba či láska) a poskytuje jim potěšení a radost;
- tvořivé – jsou to ty hodnoty, skrze něž se projevuje naše vlastní aktivita, kterou vytváříme a přetváříme okolní svět;
- postoje – zahrnují jak kladné, tak i záporné hodnoty, jimiž člověk vyjadřuje svůj postoj k jisté události v životě; postoje hodnoty ukazují na naši základní orientaci; stěžejními jsou pro jedince zejména postoje k životu, k práci, k sobě samému, k bolesti, k životním událostem či k překážkám.

Podle Schusterové je možné v psychologii hodnoty, hodnotové orientace i hodnotové systémy dělit na individuální a sociální. Podle Rohana jedinec nedisponuje pouze svým vlastním individuálním hodnotovým systémem, nýbrž tento vnímá rovněž tak i hodnotové systémy jiných lidí, popřípadě i hodnotové systémy lidských pospolitostí, přičemž právě ono vnímání hodnotových systémů v okolí jedince je nazýváno sociálním hodnotovým systémem. Toto členění je spjato s řešením čtyř

širokých okruhů otázek:

- vymezení obou těchto hodnotových systémů – otázka stojí tak, zda lze předpokládat, že sociální hodnotový systém zahrnuje naši percepce hodnotových orientací dalších lidí?
- jsou-li tyto dva hodnotové systémy shodně či odlišně strukturovány – podle výsledku současných výzkumů se odpověď na tuto otázku jeví vcelku jednoznačně – jak individuální, tak i sociální hodnotový systém jsou strukturovány obdobným způsobem, což potvrzuje předpoklad Schwartze, že individuální hodnotový systém má univerzální charakter
- jaký je počet hodnotových systémů – obecně se má za to, že počet sociálních hodnotových systémů jedince se odvíjí od počtu lidí a skupin jedinců, které zná; podle Rohana je však tento počet limitován omezenou schopností jedince kategorizovat;
- poslední otázka zní: existuje-li individuální a sociální hodnotový systém, jakým způsobem jsou ovlivňována těmito systémy naše rozhodnutí, postoje a konečně i chování – Rohan se domnívá, že sociální hodnotový systém je podřazený systému individuálnímu.

Náš další autor Rosenzweig člení hodnoty podle jiného klíče, a to na:

- primární životní hodnoty – vymezuje je jako instrumentální hodnoty, které by měly přispívat k usnadnění poznání nových a zajímavých věcí, ke kultivaci zdraví jedince, k estetickým zážitkům rozličného rázu a v neposlední řadě také k tomu, aby si jedinec našel čas k zamyšlení nad svojí osobou;
- kulturní hodnoty – k jejím předmětům řadí přírodniny či výtvořiny lidí, eventuálně jejich soubory, jež jsou nějak významné z pohledu historie, vědy, umění či literatury; ke vztahu ke kulturním hodnotám (jedná se zejména o hodnoty logické, etické, estetické, náboženské a řadu dalších) dospíváme obvykle prostřednictvím výchovy; přitom musí dojít ke zvnitřnění těchto hodnot, které se utvářely v průběhu dějin, jinak se nemohou stát běžnou každodenní součástí našich životů; ke zvnitřnění hodnot dochází během vzdělávacího procesu ve škole, kdy si jedinec postupně osvojuje nástroje, jimiž můžeme pochopit a užívat kulturní hodnoty; k tomuto dochází při čtení, psaní, při provádění matematických úkonů, při osvojování si cizích jazyků i při seznamování se se základy vědomostí ze základních oblastí vědy, techniky a umění;

- hodnoty občanského života – tyto hodnoty se vztahují k základním právům a svobodám občanů, které vyplývají ze Všeobecné deklarace lidských práv a z Listiny základních práv a svobod; tyto hodnoty je možné označit přídomek všelidské, poněvadž každému jedinci zajišťují svobodný a důstojný život ve společnosti; k tomu je nutná existence všeobecně závazných zákonů, bez nichž není reálné fungování demokratické společnosti myslitelné; na druhé straně je však nutné si uvědomit, že spravedlnost ve společnosti není toliko věcí zákonů, nýbrž i záležitostí každého jedince ve společnosti, který si musí uvědomit, že je nezbytné uznávat a respektovat práva a svobody druhých lidí, což nelze bez takových vlastností, jakými jsou tolerance, solidarita a sociální cítění; jako nejnaléhavější se v současnosti ukazují všelidské hodnoty zachování míru ve světě, boje proti hladu, boje proti nakažlivým chorobám, boje proti národní nesnášenlivosti a ochrana životního prostředí;
- hodnoty individuálního života (nebo též osobní hodnoty) – tyto hodnoty jsou odrazem vztahu jedince k sobě samému i k lidem ve svém okolí; mají charakter výrazně mravní a i v nich se zračí to, co jedinec považuje v životě za nejvýznamnější; právě v interpersonálních vztazích se mravní hodnoty projevují v největší míře; z hodnot projevujících se v mezilidských vztazích je možné zmínit pochopení, porozumění, snášenlivost, toleranci, velkorysost či lidskost. (Rosenzweig, 1991, s. 16-23)

4.4 Význam hodnot

Při řešení problematiky hodnot se naskytá otázka, jaký význam mají hodnoty v našem každodenním životě. Tento význam vyplývá v nejobecnější rovině z toho, že hodnoty ovlivňují naše smýšlení a tím i jednání. Pro úspěšné formativní působení na osobnost mladého jedince je však nezbytné se nad touto otázkou zamyslet poněkud zevrubněji.

Nad významem hodnot v životě jedince se zamýšlejí mimo jiné i již citovaní američtí autoři Eyer a Eyerová. Podle nich je možné význam hodnot spatřovat ve dvou rovinách:

- Rovina (hledisko) objektivní – hodnoty mají svůj podíl na vývoji společnosti i na tom, že je společnost bezpečná. Hodnoty kromě toho ukazují, co je správné a co nikoliv. Hodnoty jsou součástí tradice i kultury. Svůj význam mají taktéž

z toho důvodu, neboť na základě výzkumů se ukazuje, že chování vycházející z morálky umožňuje u nedospělého jedince rozvoj sebedůvěry, nezávislosti a smyslu pro samostatnost.

- Rovina (hledisko) subjektivní – vštěpování základních morálních hodnot (např. sebedůvěra, laskavost, sebekázeň, spravedlnost, poctivost, mírumilovnost aj.) je možno považovat za způsob výchovy, který je velmi efektivní, poněvadž jím lze dosáhnout, aby se formovaný jedinec cítil spokojený a šťastný. Učení se těmto hodnotám může probíhat buď jejich projevováním vůči dalším lidem anebo snahou být jejich nositeli. Z tohoto pohledu je možné hovořit o hodnotách bytí (náleží sem např. samostatnost, odvaha, sebekázeň, poctivost, střídmost, zdrženlivost, věrnost či mírumilovnost) a hodnotách dávání (řadíme sem spolehlivost, oddanost, úctu, respekt, taktnost, citlivost, lásku, srdečnost, nesobeckost, milosrdnost aj.).

Hovoříme-li o významu hodnot, pak máme na mysli i otázku jejich funkce.

Jeden z našich předních odborníků na problematiku hodnot Cakirpaloglu vymezuje ve shodě s McGuirem dvě hlavní funkce hodnot:

- Individuální funkce – hodnoty podporují proces adaptace, v jehož průběhu dochází k přizpůsobení se jedince fyzickým a kulturním podmínkám. K takovým hodnotám, jež přispívají k orientaci v nových situacích a k procesu individuálního růstu, náleží standardy a vzory přijímané jedincem v rámci procesu socializace. Vedle toho mají hodnoty druhou individuální funkci, která spočívá v překonávání vlastní existence, a jež souvisí se seberegulací, sebehodnocením, vědomím o žádoucnosti, s naplněním vlastního bytí, duchovními hodnotami a funkcí logického a abstraktního myšlení.
- Sociální funkce - rovněž tato funkce má dvě dimenze. V první dimenzi se jedná o sociální integraci, jejímž smyslem je integrující působení v sociální sféře, sociální kontrola a prevence deviantního chování. Tato dimenze má nezanedbatelný vliv na fungování pospolitostí i společnosti jako celku, poněvadž k přebírání společensky uznávaných hodnot jedincem dochází tehdy, když se tento stává součástí společnosti. Ve druhé dimenzi jde o sociální racionalizaci, jež sehrává důležitou roli ve fungování dynamiky společnosti. Zájmy jednotlivých skupin mají totiž vliv na utváření hodnot v rámci celé společnosti. Prostřednictvím racionalizace dochází k transformaci dílčích zájmů nejrůznějších vrstev, politických uskupení či jiných konfrontovaných složek

společnosti do hodnotového obsahu přijatelného maximálnímu možnému množství subjektů tvořících zájmově heterogenní společnost. Tímto způsobem se utvářejí společenské hodnoty. Spojování společenských hodnot v obecnější ideový svazek dává vzniknout ideologickému systému. (Cakirpaloglu, 2004, s. 402 - 405)

Obě zmíněné funkce hodnot mají dialektický vztah, což znamená, že dochází k jejich vzájemnému ovlivňování a prolínání. Hodnotová racionalizace vytváří faktory stabilizující společnost, sociálně integrující hodnoty napomáhají stabilizaci společenského vědomí a zvyšování tolerance. Výrazem dialektického vztahu je rovněž to, že ve vztahu individuum - společnost se může podílet na vytváření hodnot i jedinec. K proměně hodnot společnosti dochází v souvislosti s jednáním jednotlivců. (Cakirpaloglu, 2004, s. 427)

Naproti tomu se nemůže život člověka plnohodnotně rozvíjet bez toho, aniž by se orientoval v hodnotách.

5 Souvislost sledovaných pořadů s hodnotami u dětí a mládeže

V teoretické části práce byl rozebírán vliv médií na osobnost mladého jedince. Vzhledem ke skutečnosti, že u dětí a mládeže se jedná o jedince s osobností ještě ne zcela zformované v procesu výchovy, lze předpokládat, že pokud na jedince působí média po delší dobu, mají poměrně značný vliv na jeho formování. Tento vliv se může promítat do různých sfér, které by mohly být předmětem zkoumání. V empirické části této práce bude podroben zkoumání eventuální vztah pořadů sledovaných v televizi a hodnot, které nedospělí jedinci zastávají. Cílem empirické části práce tak bude identifikovat případný vztah pořadů sledovaných v televizi a hodnot u dětí a mládeže.

5.1 Cíle průzkumu a formulace hypotéz

5.1.1 Cíle průzkumu

Hlavním cílem empirické části práce bude, jak bylo uvedeno již výše, odhalit případný vztah pořadů sledovaných v televizi a hodnot u dětí a mládeže. Tento hlavní cíl je možno dále konkretizovat v dílčích cílech průzkumu, kterými jsou:

- zjistit, jak jsou důležité vybrané hodnoty pro děti a mládež;
- zjistit, jaké televizní kanály tyto respondenti povětšinou sledují;
- zjistit, jaký typ pořadů mají v největší oblibě;
- zjistit, kolik času v průměru věnují sledování televize;
- zjistit okolnosti jejich sledování televize;
- zjistit, zda mohou být respondenti vedle televize ovlivněni i jinými médii;
- zjistit, jakým jiným aktivitám se respondenti dále věnují;
- zmapovat, kolik těmto jiným aktivitám věnují v průměru denně času;
- identifikovat případný vztah mezi nejvíce preferovanými hodnotami a konzumovaným mediálním obsahem;
- identifikovat, zda je případný vztah mezi nejvíce preferovanými hodnotami a konzumovaným mediálním obsahem diferencován v závislosti na věku.

5.1.2 Hypotézy

Hypotézy ověřované v rámci provedeného průzkumu byly stanoveny jednak

na základě poznatků obsažených v teoretické části práce, jednak na základě vlastních empirických poznatků autora, popřípadě osob z jeho okolí. Na základě těchto informací a v souladu s výše vytčenými cíli průzkumu byly stanoveny celkem čtyři hypotézy.

Pokud vyjdeme z předpokladu, že sledování televize významným způsobem ovlivňuje osobnost mladého člověka, pak se přímo nabízí následující hypotéza:

Hypotéza č. 1: „Existuje vztah mezi druhem pořadů, které mladý člověk sleduje, a hodnotami, které uznává.“

Jedním z vytýčených cílů průzkumu je i zjistit, zda případně zjištěný vztah mezi druhem pořadů sledovaných mladým jedincem a uznávanými hodnotami je alespoň do určité míry ovlivněn věkem respondenta. V této souvislosti je možné vyslovit následující hypotézu:

Hypotéza č. 2: „Vztah mezi druhem pořadů sledovaných mladým jedincem a uznávanými hodnotami je ovlivněn věkem respondenta.“

Další formulovaná hypotéza vychází z vlastních empirických zkušeností autora, podle jehož poznatků dnešní děti a mládež věnují poměrně hodně času sledování televize. Lze tak vyslovit hypotézu následujícího znění:

Hypotéza č. 3: „Současné děti a mládež se průměrně denně věnují sledování televize minimálně tři hodiny.“

V naší současné společnosti je možné pozorovat ve zhruba posledních dvaceti letech poměrně značný příklon k materialistickým hodnotám, což vede k tomu, že duchovní hodnoty jsou poněkud upozaděny. K ověření toho, zda se tento obecně akceptovaný názor vztahuje i na současné nedospělé jedince, byla stanovena též tato hypotéza:

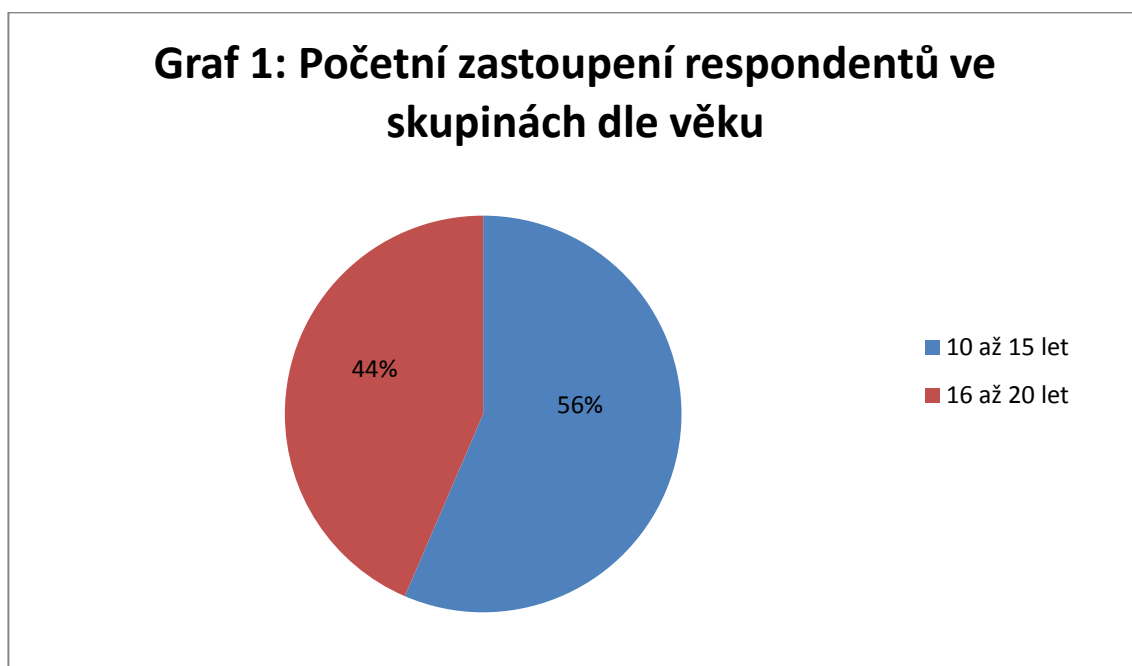
Hypotéza č. 4: „Současné děti a mládež preferují zejména hodnoty materialistického charakteru.“

5.2 Charakteristika výběrového souboru

Výběrový soubor respondentů byl stanoven především s ohledem na právní definici pojmu „dítě“, podle níž se jedná o jedince ve věku do osmnácti let věku (Šámal, 2009, s. 1200). S přihlédnutím k této definici byl výběrový soubor tvořen osobami od deseti do dvaceti let. Spodní věková hranice pro zařazení do výběrového souboru byla určena s ohledem na možnost vyplnění dotazníku, jakož i na schopnost porozumět jeho obsahu, což je podmíněno schopností číst a určitou intelektuální úrovní v tomto

věku. Horní věková hranice k zařazení do výběrového souboru byla stanovena s ohledem na poznatky ontogenetické psychologie, která právě věk kolem dvaceti let považuje za hranici, kdy doznívá puberta.

Výběr do výběrového souboru, který byl prováděn v Brně a okolních obcích a městech, byl prováděn jako náhodný. Jediným sledovaným kritériem bylo výše uvedené stanovené věkové rozpětí. Tímto způsobem bylo zahrnuto do výběrového souboru 147 osob splňujících předepsané věkové kritérium. Průměrný věk respondentů dosahoval (po zaokrouhlení) 14,5 roku. Z uvedeného počtu byli respondenti pro účely dalšího vyhodnocování rozděleni do dvou skupin. Mezníkem pro zařazení do těchto dvou skupin byl věk ukončení školní docházky, tj. věk patnácti let. Respondenti tak byli diferencováni do dvou skupin, přičemž v první z nich byli jedinci ve věku 10 až 15 let (v dalším textu jsou označováni jako „dětí“), ve druhé pak jedinci ve věku 16 až 20 let (v dalším textu jsou označováni jako „mladiství“). Poměr skupin respondentů podle věku je zřejmý z grafu 1.



Z grafu je patrné, že ve výběrovém souboru bylo o něco více dětí, kterých bylo 83. Mladistvých naproti tomu výběrový soubor zahrnoval 64. Přes určitý rozdíl v početnosti jednotlivých skupin dle věku je však možné vyslovit názor, že skupiny jsou souměřitelné a že při interpretaci výsledků průzkumu bude možné zvolenou diferenciací

podle věku respondentů využít. Toto členění respondentů do dvou věkových skupin bylo uskutečněno proto, neboť druhá hypotéza podobné rozdělení ke své verifikaci vyžaduje.

5.3 Použité metody

Kvantitativní průzkum byl koncipován jako průzkum relační, což znamená, že sledoval souvislost mezi druhem sledovaných pořadů a hodnotami, které jsou vlastní dětem a mládeži. Této skutečnosti odpovídala i volba metody sběru dat, stejně jako metody vyhodnocování dat. Sběr dat prostřednictvím dotazníku byl proveden v měsíci leden 2010, k jejich vyhodnocování a interpretaci bylo přikročeno v následujícím měsíci.

5.3.1 Dotazník

Pro sběr dat v empirické části byla využita metoda dotazníku. K volbě této metody bylo přistoupeno z toho důvodu, neboť pro vyvození závěrů ke vztahu sledovaných pořadů v televizi a hodnot u dětí a mládeže je nutno získat data od poměrně značného počtu respondentů, což právě metoda dotazníku umožňuje, a to v poměrně krátké době. V dotazníku byly použity otázky uzavřené (především u demografických charakteristik) i otevřené (u většiny ostatních skutečností). Jedině tímto způsobem bylo možné zkoumaný vztah postihnout v hlubších souvislostech.

Při sestavování dotazníku bylo vycházeno z vytýčených cílů a hypotéz. Veškeré tyto skutečnosti byly zapracovány do znění dotazníku, který má v zásadě dvě části. První část dotazníku je tvořena otázkami, které se zajímají (s výjimkou dotazu na věk) o zaměřenost respondentů v otázce sledování televizních pořadů i dalších forem trávení volného času. Druhá část dotazníku zjišťovala, v jaké míře preferují respondenti určité vybrané hodnoty. K formulování této části dotazníku bylo využito hodnot, které do svých výzkumných nástrojů již po delší dobu zařazuje jeden z našich předních odborníků v této oblasti Sak.

Do druhé části dotazníku tak byly zařazeny 23 hodnoty, které zahrnují různé oblasti lidského života. Tyto hodnoty byly v dotazníku seřazeny podle abecedy, aby nenaváděly k případné preferenci z důvodu jejich pořadí vyjmenování. Jednalo se o hodnoty: být užitečný druhým, Bůh, demokracie, koníčky, láska, majetek, mír, plat, politická angažovanost, pravda/poznání, přátelství, rodina a děti, rozvoj vlastní

osobnosti, soukromé podnikání, společenská prestiž, svoboda, úspěšnost v zaměstnání, veřejně prospěšná činnost, vzdělání, zajímavá práce, zdraví, životní partner, životní prostředí.

Ke každé této hodnotě měl možnost respondent uvést na pětistupňové škále (od 1 do 5), nakolik ji preferuje. Maximálně preferovaná hodnota byla vyjádřena stupněm 5, hodnota bez velkého významu byla vyjádřena stupněm 1. U každé hodnoty bylo takto zjištěno, jak je v průměru respondenty preferována, přičemž tento průměr byl označen jako „index preference hodnoty“.

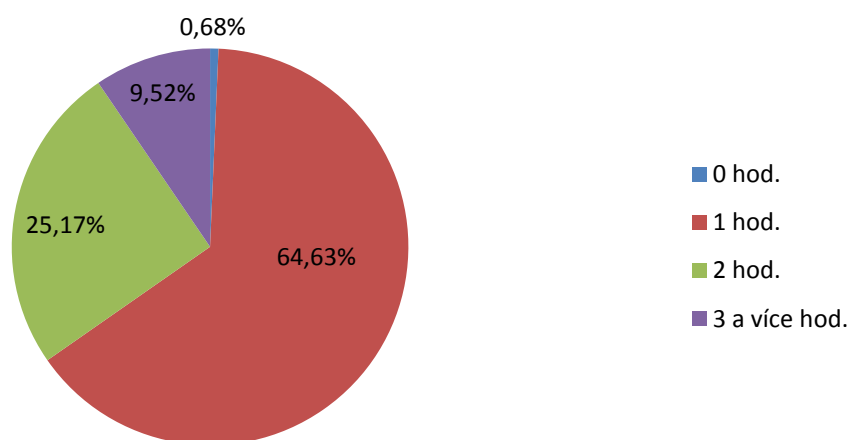
5.3.2 Metody vyhodnocování dat

Otázky vztahující se ke sledování televize a způsobu trávení volného času (volnočasovým aktivitám) byly vyhodnocovány prostřednictvím výpočtu procentuálních četností. Pokud se týká vyhodnocení preference hodnot, byl u každé hodnoty vypočítán aritmetický průměr z hodnot uvedených respondenty a takto byl stanoven index preference hodnoty.

5.4 Prezentace výsledků a jejich diskuse

Otázka č. 2 dotazníku zjišťovala, kolik času v průměru denně věnuje respondent sledování televize. K této otázce uváděli respondenti na základě svého vlastního uvážení číslovkou. Ve všech případech uváděli respondenti údaj celou číslovkou. Po sečtení uvedených časů a jejich vydělení bylo zjištěno, že respondenti v průměru tráví denně u televize 1,51 hodiny. Množství respondentů podle času tráveného u televize je uvedeno v grafu 2.

Graf 2: Skupiny respondentů podle času tráveného denně u televize



Z grafu 2 je evidentní, že největší část respondentů tráví u televize v průměru denně jednu hodinu. Těchto respondentů byly plné dvě třetiny (64,63 %). Přibližně čtvrtina respondentů (25,17 %) tráví sledováním televize průměrně dvě hodiny denně. Asi jedna desetina dotazovaných (9,52 %) uvedla, že televizi sledují v průměru tři a více hodin denně. Pouze jeden respondent (0,68 %) tvrdil, že televizi vůbec nesleduje, poněvadž uvedl, že jejímu sledování věnuje 0 hodin.

Výsledky průzkumu tak zcela jednoznačně ukázaly, že děti a mladiství nevěnují sledování televize ani zdaleka tolik času, kolik předpokládala třetí hypotéza, podle které se současné děti a mládež věnují sledování televize minimálně tři hodiny. Toto tvrzení je nutno odmítnout, poněvadž průměrná délka sledování televize za den je v porovnání s předpokladem pouze poloviční. Navíc sledování televize v rozsahu tří a více hodin uvedla pouze zhruba desetina z účastníků průzkumu. Na základě tohoto výsledku se hypotéza č. 3 nepotvrdila.

Následující otázka průzkumu zjišťovala, jaké televizní stanice respondenti nejvíce sledují. Mohli tu uvést maximálně tři nejvýznamnější. Výsledky k této otázce jsou uvedeny v tabulce 1.

Tab. č. 1 Nejvíce sledované televizní kanály

Televizní kanál	%	Televizní kanál	%
ČT 1	49,66	Eurosport	17,01
ČT 2	19,73	HBO	5,42
ČT 4	12,24	Minimax	18,37
ČT 24	6,80	Jetix	21,77
Nova	48,98	Óčko	10,88
Prima	17,01	MTV	7,48
TV Barrandov	5,44	Spektrum	4,76
Markíza	9,52	MGM	8,84

Při pohledu na tabulku 1 zjistíme, že k nejvíce sledovaným kanálům náleží ty, které jsou volně šířitelné (ČT 1, Nova apod.). Další kanály, které byly respondenty uvedeny ve větším množství, tvoří nabídku satelitních či kabelových televizí. S výjimkou televizního kanálu Markíza, který vysílá ve slovenském jazyce, se ve všech ostatních případech jedná o kanály, které vysílají v české mutaci, což s největší pravděpodobností také přispívá k tomu, že jsou natolik dětmi a mladistvými sledované.

Skladba těchto kanálů je poměrně pestrá. Nachází se mezi nimi kanály veřejnoprávní televize (ČT 1, ČT 2, ČT 4, ČT 24), kanály televizí komerčních (Nova, Prima, TV Barrandov), hudební kanály (MTV, Óčko), kanály s pořady pro děti (Minimax, Jetix), sportovní kanál (Eurosport), kanály filmové (MGM a HBO) a konečně i kanál s dokumenty (Spektrum). Nejvíce jsou respondenty sledovány televizní stanice ČT 1 a Nova.

V dotazníku byla taktéž zahrnuta otázka, pořady jakého typu respondenti během sledování televize sledují. Jednalo se o otázku, která měla přímý vztah k hypotéze č. 1 a současně i k hypotéze č. 2. Zjištění průzkumu jsou uvedena v tabulce 2.

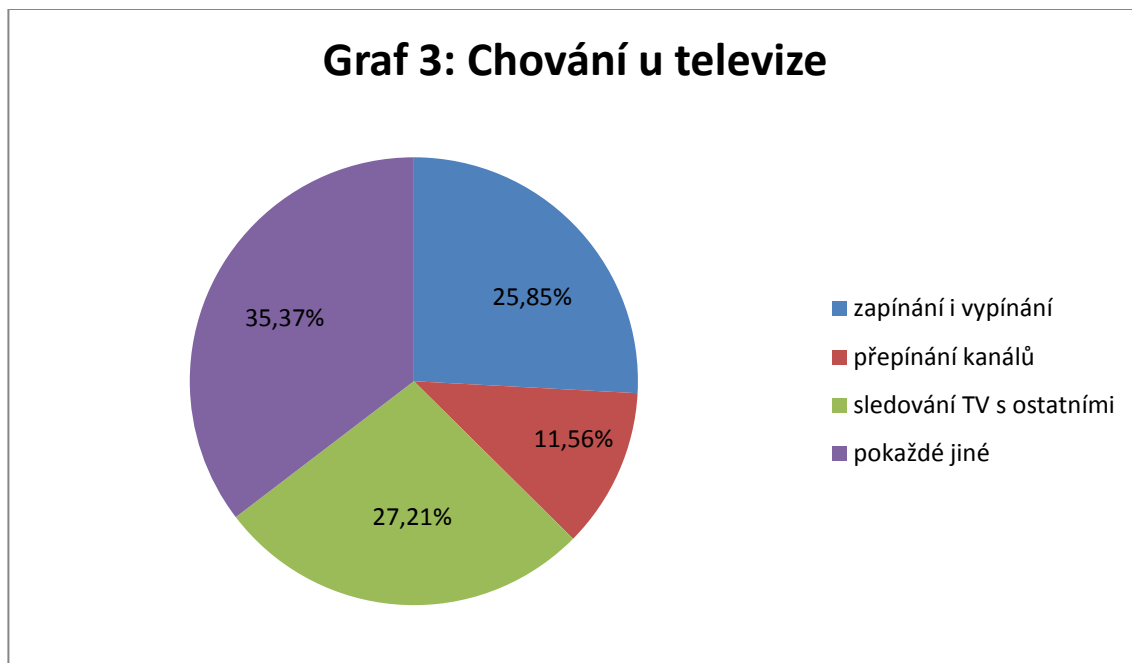
Tab. č. 2 Sledované typy pořadů v televizi

Typ pořadu	%	Typ pořadu	%
Animované filmy	48,98	Akční filmy	16,33
Hudební a zábavné pořady	78,23	Komedie	38,78
Dokumentární filmy	12,93	Romantické filmy	10,88
Soutěžní pořady	17,01	Seriály	29,25
Zpravodajské pořady	10,20	Dramata	3,40
Historické filmy	14,29	Reality show	25,85
Sportovní pořady	53,06	Pořady o hobby (Receptář aj.)	2,72
Filmy o přírodě a zvířatech	6,80	Politické debaty	3,40
Sci-fi a fantasy pořady	6,12	Jiné	5,44

Z tabulky 2 vyplývá jednoznačný závěr, že nejvíce sledovaným typem pořadů jsou hudební a zábavné pořady. Pokud tento výsledek srovnáme se sledovaností hudebních televizních kanálů (tabulka 1), mohlo by se zdát, že jsou výsledky průzkumu k těmto dvěma skutečnostem do jisté míry v rozporu. Tento zdánlivý rozpor je všemožné vcelku jednoduše vysvětlit dvěma skutečnostmi – jednak hudební a zábavné pořady tvoří náplň převážné části i v případě většiny ostatních televizních kanálů, jednak tzv. hudební televizní kanály jsou víceméně jednostranně orientovány na hudbu, takže ne zcela vyjadřují respondenty zatrhovanou odpověď znění „zábavné a hudební pořady“.

Dále se velké oblibě těší i sportovní pořady. Za nimi následují animované filmy, které byly výrazně více preferovány ve věkové kategorii dětí, což je ostatně logické. Svě příznivce však tento žánr měl i mezi mladistvými. Zde je totiž poměrně populární animovaný seriál *The Simpsons*. Více než třetina dotazovaných ráda sleduje komedie. Dosažený výsledek vypovídá o tom, že si tento oddechový žánr stále udržuje svoji oblibu u diváků. Do jisté míry překvapivý výsledek dosáhly tzv. reality show, které za své oblíbené pořady prohlásila zhruba čtvrtina osob z výběrového souboru. Přitom právě o reality show panuje obecně respektovaný názor, že jde o typ pořadu oblíbený především u mladší generace. Další typy pořadů se ve své oblíbenosti u respondentů pohybovaly pod úrovní 20 %.

Mezi otázkami v dotazníku byla obsažena i taková, která zjišťovala, jakým způsobem se respondenti chovají při sledování televize. Výsledky k této otázce shrnuje graf 3.



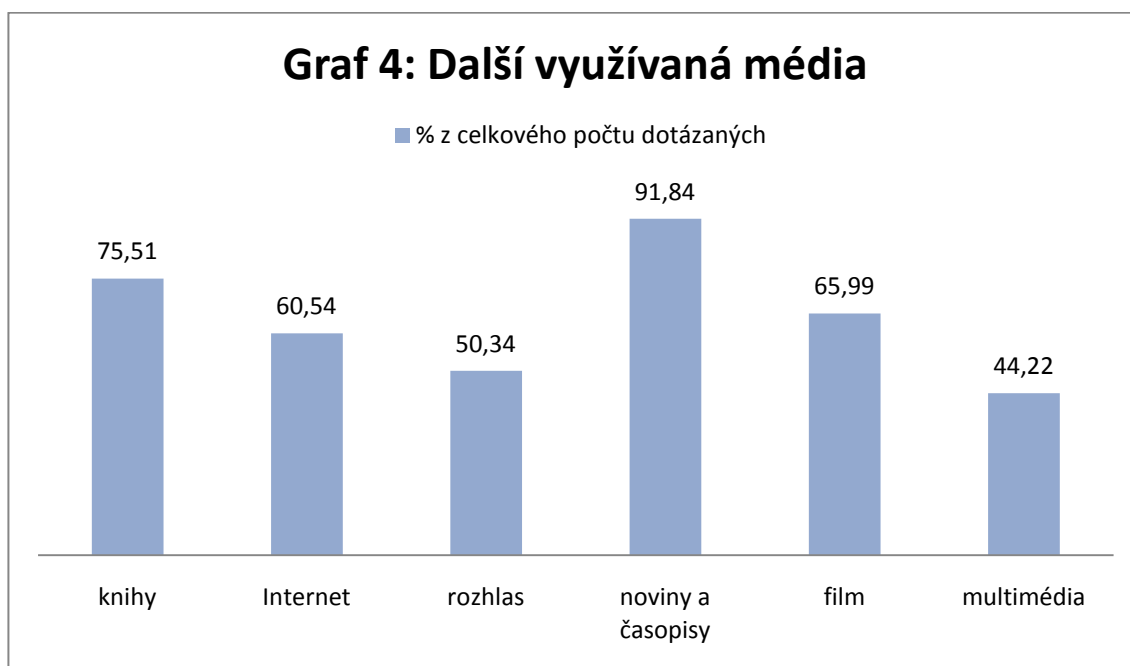
Respondenti nejvíce uváděli, že se při sledování televize chovají pokaždé jinak (35,37 %). Z jejich chování tak nelze přesně odvodit, jaký mají k televizi vztah. Zejména děti uváděly, že sledují pořady, které sledují ostatní jedinci, kteří se právě dívají na televizi (27,21 %). Tato odpověď může svědčit buďto o jejich poslušném vztahu k rodičům v případě dětí, eventuálně o ohleduplném vztahu k ostatním, pokud jde o respondenty z řad mladistvých.

Mezi respondenty, kteří uvedli, že televizi během jejího sledování zapínají i vypínají (25,85 %), byli všichni z těch, kteří uvedli, že věnují sledování televizních pořadů tři hodiny či více. Tato otázka tak potvrdila jejich odpověď ke zmíněné otázce k průměrné době sledování televize za den. Že takové sledování televize nemůže mít z různých důvodů pozitivní vliv na mladého jedince, je nasnadě. Především v případě rodičů dětí by podobné jednání mělo být impulsem k výchovnému zásahu.

Poslední skupina respondentů uvedla, že při sledování televize přepíná kanály (11,56 %). Nerozumělo se tím samozřejmě to, že po skončení jednoho pořadu přepneme na kanál druhý, kde je jiný pořad, jenž nás zajímá, nýbrž situaci, kdy respondent přepíná často mezi jednotlivými kanály z důvodu jisté nudy či neschopnosti se věnovat

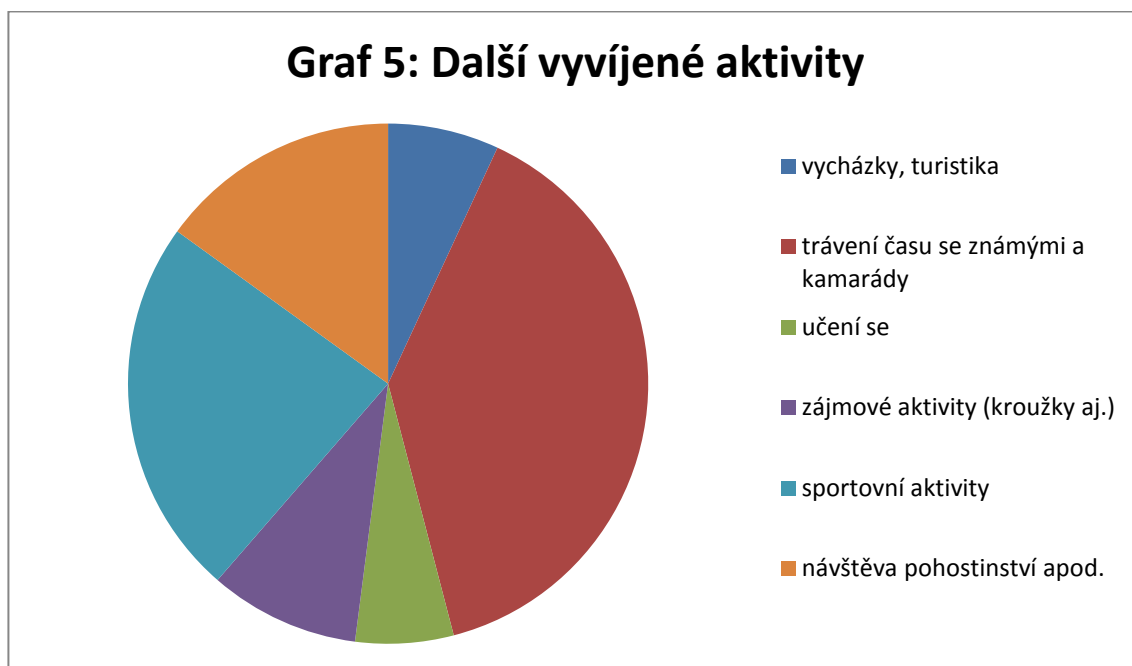
sledování jednou zvoleného pořadu. U těchto jedinců je možné předpokládat určitou úroveň neuroticismu a u nich by bylo na místě, kdyby se rodiče poradili o takové skutečnosti s odborníkem.

Předmětem průzkumu byly i další případné mediální aktivity respondentů. Zde měli respondenti na výběr z následujících možností: knihy, Internet, rozhlas, noviny a časopisy, film, multimédia. Výsledek je shrnut v grafu 4.



Z grafu je možné si učinit již na první pohled závěr o tom, že mediálním aktivitám věnují děti a mladiství poměrně velký čas. Nejvíce využívaným médiem ze strany respondentů jsou kromě televize noviny a časopisy (91,84 %). Další tištěné médium – knihy – využívají tři čtvrtiny všech dotázaných (75,51 %). Zhruba dvě třetiny respondentů využívají film (65,99 %) a Internetu (60,54 %). Poněkud stranou zájmu dnešní mladé generace stojí rozhlas, který poslouchá jen zhruba každý druhý respondent (50,34 %). Vůbec nejméně uváděli respondenti využívání multimédií, avšak u těchto je možné předpokládat, že jejich využívání do budoucna stoupne, ať již s ohledem na jejich možnosti, tak i s ohledem na jejich stále větší cenovou dostupnost.

U respondentů bylo zjišťováno i to, jakým dalším aktivitám se ve svém volném času věnují. U této otázky měli respondenti na výběr z těchto možností: vycházky a turistika, trávení času s kamarády a známými, učení se, zájmové aktivity (kroužky aj.), sportovní aktivity, návštěva pohostinství apod., trávení času s přítelkyní/přítelem a jiné. Přehled výsledků uvádí graf 5.



Jednoznačně nejvíce se mimo mediální aktivity respondenti věnují ve svém volném čase setkávání s kamarády a známými (65,31 %). Je docela dobře možné, že i v rámci této aktivity dotazovaní využívají i některá média. Tato okolnost bohužel nebyla součástí dotazníku, avšak mohla by být zkoumána při provádění dalšího obdobného průzkumu. Taktéž by bylo vhodné v podobné souvislosti zmapovat, čím se děti a mladiství v tomto volném čase konkrétněji zabývají. Zhruba dvě třetiny mladistvých a některé děti uvedli, že tráví volný čas s přítelkyní či s přítelem (29,93 % všech dotázaných).

Druhé nejčastěji uváděné byly sportovní aktivity (39,46 %). Je diskutabilní, zda je to dobrý výsledek či nikoliv. V současnosti se veřejnost spíše přiklání k názoru, že děti a mládež málo sportují, neboť „věčně sedí u počítače nebo u televize“. Průzkum tuto skutečnost nepotvrdil, i když by z hlediska rozvoje osobnosti bylo vhodnější, aby se sportovním aktivitám v tomto věku věnovala celá zdravá populace. Obdobným druhem

těchto aktivit jsou i vycházky a turistika, jimž se ve volném čase věnuje něco málo přes desetinu dotázaných (11,56 %).

Nikterak povzbudivě není možné hodnotit fakt, že přibližně čtvrtina (25,17 %) respondentů věnuje svůj volný čas návštěvě pohostinství a jiných podobných podniků. Tento závěr potrhuje mimo jiné i skutečnost, že mezi 37 respondenty, kteří tuto aktivitu uvedli, jich bylo 19 ve věku pod osmnáct let, což je zákonem stanovená hranice pro podávání alkoholických nápojů. Nejmladšímu z nich bylo dokonce dvanáct let.

Zájmové aktivity (tj. kroužky apod.) tvoří náplň volného času u 15,65 % dotázaných. U tohoto údaje je možné se vyslovit v tom směru, že se jedná o poměrně nízký údaj, a to s ohledem na možnosti, které v současnosti existují. Nesvědčí to také příliš o tom, že by se rodiče svým dětem více věnovali, poněvadž v opačném případě by měli zájem o smysluplné a zejména výchovně působící naplnění volného času svých potomků.

Učení tvoří náplň času u zhruba desetiny jedinců (10,20 %) oslovených průzkumem. Jednalo se téměř výhradně o mladistvé respondenty, u nichž tak lze vyslovit předpoklad, že se jedná o osoby, které si již vzhledem ke svému věku a určitým zkušenostem uvědomují význam vzdělávání pro další rozvoj vlastní osobnosti i pro život vůbec.

Odpověď „jiné“ (rozuměj aktivity) zvolilo ve formuláři dotazníku 12,24 % dotázaných. Bylo by jistě zajímavé, co by tito respondenti mezi těmito aktivitami uvedli, pokud by měli možnost je (je) konkrétně uvést.

Ve vztahu k dalším aktivitám tráveným ve volném čase bylo též zjištěno, že průměrný čas, který jim respondenti věnují, činí 2,02 hodiny. Zhruba jednu hodinu svého času věnuje jiným aktivitám 41 respondentů, 73 se jim věnuje asi dvě hodiny, 28 tři hodiny a konečně 5 respondentů tvoří náplň čtyř a více hodin jejich volného času. Z uvedeného je patrné, že tzv. jiným aktivitám věnují respondenti o něco více času jak aktivitám mediálním, avšak i přes tuto skutečnost je možné říci, že mediální aktivity zabírají poměrně velkou část dne respondentů. I z tohoto důvodu je možné se domnívat, že bude existovat vliv mezi pořady sledovanými v televizi a uznávanými hodnotami.

Hodnoty uznávané respondenty byly zjišťovány ve druhé části dotazníku. Při jejich vyhodnocování bylo toto prováděno jednak u všech respondentů v celku i zvlášť pro skupiny dětí a mladistvých. Pořadí uznávaných hodnot podle zjištěného indexu preference hodnot je uvedeno pro jednotlivé tyto skupiny v tabulkách 3 až 5.

Pořadí preferovaných hodnot v celé skupině respondentů je uvedeno v tabulce 3.

Z ní je zřejmé, že nejvíce preferovanou hodnotou u respondentů bylo zdraví. Za ním následují další čtyři hodnoty, které jsou nemateriálního charakteru – přátelství, láska, svoboda, rodina a děti. Mezi těmito hodnotami a další skupinou hodnot nemateriálního charakteru je hodnota ryze materiální, a to plat. Další hodnota materiálního charakteru – majetek – je až na čtrnácté příčce žebříčku. Rovněž tak ve spodní polovině žebříčku jsou další dvě hodnoty, které představují možnost nabytí materiálních statků – soukromé podnikání a úspěšnost v zaměstnání.

Jedna z hypotéz předjímalá, že existuje vztah mezi druhem pořadů, které mladý člověk sleduje v televizi, a hodnotami, jež uznává. Zde bylo zjištěno, že u části hodnot skutečně existují korelace s určitým žánrem televizních pořadů, tzn. že existuje přímá vazba sledovaných pořadů a hodnot, které jedinec uznává.

Žádné výraznější rozdíly z pohledu vztahu sledovaných pořadů a preferovaných hodnot nebyly zjištěny u hodnot „být užitečný druhým“, Bůh, demokracie, majetek, plat, přátelství, rodina a děti, rozvoj vlastní osobnosti, soukromé podnikání, společenská prestiž, svoboda, úspěšnost v zaměstnání, veřejně prospěšná činnost, zajímavá práce, zdraví a životní partner. U ostatních hodnot již korelace zjištěny byly.

U hodnoty „koníčky“ bylo zjištěno, že ji uznávají všichni respondenti, kteří uvedli, že sledují pořady o hobby. Tuto hodnotu do určité míry preferují všichni, ale u této skupiny byla její preference obzvláště výrazná, a to jak co do udělených známek důležitosti (známky 5 a 4), tak i v podílu respondentů sledujících tento žánr a uznávajících tuto hodnotu.

Hodnota „láska“ je zase více preferována těmi respondenty, kteří sledují romantické filmy. Z těch respondentů, kteří dali této hodnotě známku 5, jich bylo cca 73 % z kategorie jedinců, kteří preferují sledování právě romantických filmů. Této hodnotě také dávalo známku 5 velké množství jedinců, kteří rádi sledují seriály (asi 12 % z respondentů udělujících této hodnotě známku 5). I v těchto jsou velmi častým námětem vztahy, lásku nevyjímaje. Tímto bude možné i vysvětlit tento výsledek.

Tab. č. 3 Pořadí preferovaných hodnot u všech respondentů

Pořadí	Hodnota	Index preference hodnoty
1.	Zdraví	4,87
2.	Přátelství	4,73
3.	Láska	4,60
4.	Svoboda	4,34
5.	Rodina a děti	3,96
6.	Plat	3,74
7.	Mír	3,46
8.	Životní prostředí	3,31
9.	Rozvoj vlastní osobnosti	3,07
10.	Demokracie	3,02
11.	Koníčky	2,95
12.	Společenská prestiž	2,93
13.	Vzdělání	2,89
14.	Majetek	2,74
15.	Soukromé podnikání	2,62
16.	Zajímavá práce	2,58
17.	Pravda, poznání	2,53
18.	Úspěšnost v zaměstnání	2,48
19.	Být užitečný druhým	2,34
20.	Životní partner	2,12
21.	Bůh	2,01
22.	Veřejně prospěšná činnost	1,91
23.	Politická angažovanost	1,54

U hodnoty „mír“ bylo zjištěno, že ji nejčastěji hodnotili známkami 4 a 5 respondenti, kteří sledují dokumentární filmy (89 %) a historické filmy (76 %). U diváků ostatních žánrů podobné výsledky zjištěny nebyly. Zde se rovněž nabízí vcelku logické vysvětlení. Naše země je ušetřena hrůz války již celých 65 let. Proto pro řadu jedinců může být mír něčím samozřejmým, takže ani není nutné si jej příliš

cenit. V dokumentárních a některých historických filmech však jsou hrůzy války vyobrazeny natolik naturalisticky, že divák i bez prožití války na vlastní kůži snáze pochopí, jaká válka je a jak je nutno si míru cenit.

Hodnota „politická angažovanost“, která byla v průzkumu zjištěna jako nejméně preferovaná hodnota ze všech, obdržela známky 4 a 5 pouze od respondentů, kteří sledují politické debaty. Nelze zde přesně konstatovat, zda je tento výsledek dán tím, že jedinci, kteří uznávají hodnotu „politická angažovanost“ z tohoto důvodu sledují pořady z oboru, který ji vyjadřuje, nebo zda je tomu právě naopak, tj. že z důvodu sledování politických debat u nich stoupá na vážnosti hodnota „politická angažovanost“.

Pro hodnotu „pravda/poznání“ bylo příznačné, že ji vyzvedávali známkami 5 především ti jedinci, kteří mají v oblibě dokumentární filmy (39 % všech těchto známek) a filmy o přírodě a zvířatech (22 % všech těchto známek). Zde se nabízí logické vysvětlení v tom, že pokud je uspokojena jedna potřeba po vědění, jedince to může v pozitivním slova smyslu motivovat a vyvolávat u něj ještě vyšší potřebu po vědění, respektive po poznání.

Diváci politických debat byli do určité míry překvapivě těmi, kdo dal nejvíce známek 5 hodnotě „vzdělání“ (čtyři tyto známky ze šesti). Zbylé dvě známky 5 této hodnotě udělili respondenti sledující dokumentární filmy, od kterých by se to předpokládalo nejvíce. U jedinců sledujících dokumenty je vysvětlení tohoto stavu v podstatě stejné jako u hodnoty „pravda/poznání“. U diváků sledujících politické debaty je možné takovou preferenci hodnoty „vzdělání“ vysvětlit tím, že díky sledování debat si rozšiřují své obzory, což jim umožňuje lépe pochopit význam vzdělání pro jedince.

Konečně hodnota „životní prostředí“ dostávala nejvyšší známky především od diváků sledujících filmy o přírodě a zvířatech (cca 35 % všech známek 5), stejně jako od diváků dokumentárních filmů (asi 19 % veškerých známek 5). Zde je logickým vysvětlením, že jedinec, který toho více o přírodě ví, lépe chápe její význam a díky tomu i uznává význam hodnoty „životní prostředí“. I zde se ukazuje, jak mohou média přispívat k řešení některých ožehavých problémů dnešního světa, environmentální problematiku nevyjímaje.

Pro hypotézu, která předpokládala, že vztah mezi druhem pořadů sledovaných mladým jedincem a uznávanými hodnotami je ovlivněn věkem respondenta, byla preference jednotlivých hodnot vyhodnocena v rámci skupiny dětí a skupiny mladistvých zvlášť. V porovnání s předchozím žebříčkem uznávaných hodnot jsou oba

tyto žebříčky odlišné jak v pořadí preference některých hodnot, tak i hodnotou indexů preference hodnoty. Na základě obou těchto odlišností budou nyní porovnány hodnoty, u kterých bylo zjištěno, že jejich preference je u některých respondentů ovlivněna žánrem, který sleduje v televizi, tj. hodnoty „koníčky“, „láska“, „politická angažovanost“, „pravda/poznání“, „vzdělání“ a „životní prostředí“.

Hodnota „koníčky“ je v žebříčku hodnot u dětí na 10. místě, u mladistvých na 11. místě. Hodnoty indexů preference dosahují u dětí 3,08, u mladistvých 3,05. Zde tedy žádný výrazný rozdíl zjištěn nebyl. Zcela jinak je tomu u hodnoty „láska“. Ta je u dětí na žebříčku na 5. místě, u mladistvých na 3. místě. Mnohem větší rozdíl, než v dosaženém pořadí v žebříčku, byl zjištěn v indexech. Ten činil u dětí 3,96, u mladistvých 4,60. Zde tedy je rozdíl v preferované hodnotě, u níž byla zjištěna korelace s určitým sledovaným žánrem, modifikován věkem. Hodnota „mír“ se umístila na žebříčku hodnot u dětí na 7. místě, u mladistvých pak na 6. místě. O něco větší je rozdíl v dosažených indexech – 3,40 (děti) proti 3,54 (mladiství). Tento však není natolik velký, aby nemohl jít na vrub statistické chyby. V případě hodnoty „politická angažovanost“ se jednalo o hodnotu, která skončila u obou skupin na žebříčku na posledním místě, avšak mnohem větší byl rozdíl v dosažených indexech – 1,18 u dětí a 1,75 u mladistvých. Rovněž hodnota „pravda/poznání“ skončila v obou žebříčcích na témže místě, tj. na sedmáctém místě, ale rozdíly v indexech nejsou příliš velké (2,53:2,61). Totéž platí o hodnotě „životní prostředí“ (3,30:3,32), která obsadila u obou skupin shodně 8. příčku. Větší rozdíl v indexech byl zjištěn u hodnoty „vzdělání“ (2,77:2,94), která byla u dětí na 13. příčce, u mladistvých na příčce 12.

Tab. č. 4 Pořadí preferovaných hodnot u dětí

Pořadí	Hodnota	Index preference hodnoty
1.	Zdraví	4,91
2.	Přátelství	4,74
3.	Rodina a děti	4,60
4.	Svoboda	4,39
5.	Láska	3,96
6.	Plat	3,74
7.	Mír	3,40
8.	Životní prostředí	3,30
9.	Rozvoj vlastní osobnosti	3,00
10.	Koníčky	3,08
11.	Demokracie	2,98
12.	Společenská prestiž	2,94
13.	Vzdělání	2,77
14.	Majetek	2,74
15.	Soukromé podnikání	2,53
16.	Zajímavá práce	2,47
17.	Pravda, poznání	2,53
18.	Úspěšnost v zaměstnání	2,41
19.	Být užitečný druhým	2,41
20.	Životní partner	2,03
21.	Veřejně prospěšná činnost	1,91
22.	Bůh	1,86
23.	Politická angažovanost	1,18

Tab. č. 5 Pořadí preferovaných hodnot u mladistvých

Pořadí	Hodnota	Index preference hodnoty
1.	Zdraví	4,83
2.	Přátelství	4,71
3.	Láska	4,60
4.	Svoboda	4,32
5.	Rodina a děti	3,96
6.	Mír	3,54
7.	Plat	3,41
8.	Životní prostředí	3,32
9.	Rozvoj vlastní osobnosti	3,16
10.	Demokracie	3,11
11.	Koníčky	3,05
12.	Vzdělání	2,94
13.	Společenská prestiž	2,93
14.	Majetek	2,74
15.	Zajímavá práce	2,71
16.	Soukromé podnikání	2,69
17.	Pravda, poznání	2,61
18.	Úspěšnost v zaměstnání	2,56
19.	Být užitečný druhým	2,30
20.	Životní partner	2,27
21.	Bůh	2,15
22.	Veřejně prospěšná činnost	1,91
23.	Politická angažovanost	1,74

5.5 Závěry vyplývající z průzkumu

Průzkumem zjišťovaný vztah mezi sledovaným žánrem pořadů a preferovanými hodnotami byl do určité míry potvrzen v obou zkoumaných ohledech. V tom prvním jde o to, že byl zjištěn vztah mezi určitými sledovanými pořady (dokumentární filmy, historické filmy, filmy o přírodě a zvířatech, romantické filmy, seriály, pořady o hobby či politické debaty) a některými hodnotami (koníčky, láska, mír, politická angažovanost, pravda/poznání, vzdělání a životní prostředí). Ve druhém ohledu jde pak o to, že tento vztah je do určité míry modifikován věkem jedince, jinými slovy jeho věkovými zvláštnostmi, jako je stupeň psychického rozvoje, jeho zájmy apod.

V praxi je možné tohoto poznatku využít tím, že ve výchovném působení bude využíváno televizních kanálů a pořadů, které korespondují se shora uvedenými zjištěními, a to přiměřeně věku jedince.

Hypotéza č. 1 vyjadřovala předpoklad, že existuje vztah mezi druhem pořadů sledovaných mladým jedincem a hodnotami, které uznává. Průzkumem byly u některých sledovaných žánrů zjištěny hodnoty, které jejich diváci uznávali a preferovali vysokými známkami. Nebylo to tak sice u všech druhů žánrů a všech hodnot, nicméně u třetiny hodnot byla korelace s některými sledovanými žánry zjištěna. Hypotézu č. 1 tak lze považovat za potvrzenou, i když s výhradou, že vztah mezi sledovanými pořady a uznávanými hodnotami neexistuje vždy.

K hypotéze č. 2 lze uvést podobný závěr, jako k hypotéze předchozí – modifikace její preference věkem byla potvrzena pouze v případě některých hodnot. Je možno ji tak mít za potvrzenou pouze z části, kdy je možné říci, že věk modifikuje pouze některé hodnoty, jež jsou v korelaci s určitými sledovanými pořady.

K hypotéze č. 3 bylo průzkumem zjištěno, že děti a mládež sledují televizní pořady v průměru 1,51 hodiny, což není tolik, jak by se mohlo na první pohled zdát. Hypotéza tedy nebyla potvrzena.

Co se týče **hypotézy č. 4** a preference materialistických hodnot, bylo prostřednictvím průzkumu zjištěno, že dnešní děti a mládež v žádném případě nepreferují především materialistické hodnoty, jak je jim mnohdy laickou veřejností predestinováno. V globále nejvíce preferují hodnoty „zdraví“, „přátelství“ a „láska“, které jsou nemateriálního charakteru. S ohledem na tyto výsledky je možné vyslovit názor, že se hypotéza č. 4 nepotvrdila.

Závěr

Hromadné sdělovací prostředky (respektive média) jsou fenoménem, který v současnosti do značné míry vstupuje do života každého z nás. Díky technologickému pokroku zhruba v období dvou posledních století došlo k rozvoji jak tradičních tištěných médií (knihy, noviny, časopisy), ale i ke vzniku a bouřlivému rozvoji tzv. elektronických médií (film, rozhlas, televize, Internet, multimédia). Média v dnešním světě plní řadu funkcí – zábavnou, informační, kulturní, sociální či politickou. Současně bývá zvyrazňován vliv médií na různé oblasti života člověka.

Tento vliv může být v zásadě jak pozitivní, tak i negativní. Pozitivní je vyjádřen zejména výše uvedenými funkcemi. Negativní vliv médií se projevuje zejména u nedospělých jedinců, u kterých může nesprávný mediální obsah do značné míry narušit harmonický rozvoj jeho osobnosti. Oblastmi, u nichž to v případě této věkové kategorie platí nejvíce, jsou násilí, pornografie a pořady eroticky laděné, reklama a Internet. S posledně jmenovaným fenoménem Internetu jsou navíc spojena i určitá specifická zdravotní rizika, která mohou u jedince skončit i těžkým poškozením jeho organismu.

Vlivu médií na osobnost jedince, respektive vlivu sledovaných pořadů v televizi na hodnoty uznávané jedincem, byl věnován průzkum provedený při zpracování této diplomové práce. Tento průzkum v první řadě zjišťoval, jak průměrně dlouho denně se mladí jedinci věnují sledování televize. Zde bylo zjištěno, že je to zhruba 1,5 hodiny. Tato doba představuje poměrně velkou část z volného času mladého jedince, proto bylo možno předpokládat, že právě volba určitého druhu pořadu v televizi může mít vliv na hodnoty, které tento jedinec uznává. Průzkumem přitom bylo zjištěno, že dnešní mladá generace nepreferuje především hodnoty materiálního charakteru, jak by se mohlo na první pohled zdát, ale zejména hodnoty nemateriálního charakteru.

Při ověřování vztahu mezi druhem pořadů sledovaných v televizi a uznávanými hodnotami bylo zjištěno, že tento vliv se neuplatňuje absolutně, nýbrž jen ve vztahu k určitému typu žánrů a některým hodnotám. Průzkumem bylo zjištěno, že se jedná o hodnoty „koníčky“, „láska“, „politická angažovanost“, „pravda/poznání“, „vzdělání“ a „životní prostředí“. Současně bylo průzkumem zjištěno, že preference hodnot, které jsou ovlivňovány sledováním určitých televizních žánrů, je do určité míry modifikována věkem respondentů, respektive jejich psychologickými zvláštnostmi, jež jsou determinovány jejich věkem.

Diplomovou práci bude možné využít ke studijním účelům zájemců o danou problematiku – rodičům, pedagogům, ale i dalším osobám, které se podílejí cílevědomě na formování mladého jedince. Všem jmenovaným může napomoci k prohloubení znalostí dané problematiky, která v procesu utváření tzv. informační společnosti nabývá na stále větším významu. Existuje sice poměrně velké množství literatury, která se zabývá problematikou médií či žurnalistiky, avšak pokud se týká využití vlivu hromadných sdělovacích prostředků, zde je literatury poněkud poskrovnu, případně se zabývá vždy jen určitými aspekty této problematiky.

Resumé

Diplomová práce na téma „Hromadné sdělovací prostředky a jejich vliv na výchovu mládeže“ pojednává o jednom z vysoce aktuálních témat, které stojí v centru pozornosti pedagogiky i teorie médií – vlivu médií na proces a výsledky výchovy. Nejprve vymezuje termín média, uvádí jejich členění a ve všeobecné rovině popisuje vliv hromadných sdělovacích prostředků na osobnost jedince. Tento může být jak kladný, tak i záporný. Negativními vlivy médií na děti a mládež se zabývá druhá kapitola. Toto téma je rozebíráno po oblastech vlivu násilí v médiích na děti a mládež, dále vlivu pornografie a eroticky laděných pořadů, negativnímu působení reklamy na tuto věkovou kategorii i oblasti závislosti na Internetu. Pozornost je tu také věnována některým specifickým zdravotním rizikům, která souvisejí s používáním některých obsahů na Internetu. Kladného vlivu médií je naopak nutno využívat ve výchově. Této problematice je vymezena třetí kapitola práce, kde jsou uvedeny možnosti využití médií ve vědecké (rozumové) výchově, mravní výchově, právní výchově či estetické výchově. Zvláštní pozornost je zde zaměřena na výchovu mediální. Čtvrtá kapitola vymezuje pojmy „hodnota“ a „hodnotový systém“, uvádí klasifikaci hodnot dle různých klasifikačních kritérií a objasňuje význam hodnot. Obsahem páté kapitoly jsou výsledky empirického výzkumu, jenž byl proveden s respondenty z řad dětí a mládeže se zaměřením na vliv pořadů sledovaných v televizi na jimi preferované hodnoty. V jeho průběhu bylo zejména zjištěno, že některé druhy pořadů ovlivňují hodnoty uznávané touto věkovou skupinou, přičemž preference uznávaných hodnot je do určité míry modifikována též věkem, respektive jejich vývojovými specifiky.

Anotace

Diplomová práce na téma „Hromadné sdělovací prostředky a jejich vliv na výchovu mládeže“ se věnuje v pěti kapitolách jednomu z nesmírně aktuálních výchovných témat. V první je definován pojem, který je ústřední – pojem „hromadné sdělovací prostředky“, dále jsou zde charakterizovány jednotlivé druhy médií i jejich vliv na jedince. Druhá kapitola se zabývá negativními stránkami vlivu médií na osobnost mladého jedince, které souvisí s násilím, erotikou, reklamou či Internetem. Ve třetí kapitole jsou naznačeny možnosti využívání médií v různých oblastech výchovy a to včetně výchovy mediální. Čtvrtá kapitola je věnována pojmům „hodnoty“ a „hodnotový systém“, klasifikaci hodnot a jejich významu. Pátá kapitola obsahuje výsledky průzkumu, jenž se zaměřil na vliv druhu pořadů sledovaných v televizi na hodnoty preferované mladým jedincem.

Klíčová slova

Hromadné sdělovací prostředky, děti, mládež, vliv médií, hodnoty, hodnotový systém.

Annotation

Thesis on "Mass Media and their influence on education of youth "deals in five chapters, one of the very current educational topics. The first term is defined, which is general - the term "mass media", then there are characterized different types of media and their impact on individuals. Second chapter deals with negative aspects of media influence on the personality of the young individuals related to violence, erotica, advertisement or by Internet. The third chapter indicates the possibilities of using media in different areas of education including media education. The fourth chapter is devoted to the concepts of "value" and "value system", the classification of values and their significance. The fifth chapter contains the results of research, which focused to influence the type of programs watched on TV reporting the value preferred by young individual.

Keywords

Mass media, children, youth, media influence, values, value system.

Použitá literatura

1. ANZENBACHER, A. *Úvod do etiky*. 1. vydání. Praha: Zvon, 1994, 292 s. ISBN 80-7113-111-3
2. BEDRNOVÁ, E., NOVÝ, I. a kol. *Psychologie a sociologie řízení*. 2. vydání. Praha: Management Press, 2002, 586 s. ISBN 8072610643
3. BLAŽEK, B. *Tváří v tvář obrazovce*. 1. vydání. Praha: Sociologické nakladatelství, 1995, 199 s. ISBN 80-858850-11-7
4. BOROŠ, J. *Motivácia a emocionalita človeka*. Bratislava: Odkaz, 1995, 180 s. ISBN 80-85193-42-6
5. BURTON, G., JIRÁK, J. *Úvod do studia médií*. 1. vydání. Brno: Barrister & Principal, 2001, 392 s. ISBN 80-85947-67-6
6. ČAKIRPALOGLU, P. *Psychologie hodnot* 1. Vydání. Olomouc: Votobia, 2004, 427 s. ISBN: 80-7220-195-6
7. DeFLEUR, M. L., BALLOVÁ-ROKEACHOVÁ, S. J. *Teorie masové komunikace*. 1. vydání. Praha: Karolinum, 1996, 363 s. ISBN 80-7184-099-8
8. DOROTÍKOVÁ, S. *Filosofie hodnot*. 1. vydání. Praha: Univerzita Karlova, 1998, 162 s. ISBN 80-86039-79-X
9. EYROVÁ, L., EYRE, R. *Jak naučit děti hodnotám*. 2. vydání. Praha: Portál, 2007, 156 s. ISBN 978-80-7367-275-1
10. GÖBELOVÁ, T. *Hodnotová orientace v pedagogické praxi*. 2. vydání. Ostrava: Ostravská univerzita, 2008, 64 s. ISBN 978-80-7368-542-3
11. HARTL, P., HARTLOVÁ. *Psychologický slovník*. 1. vydání. Praha: Portál, 2004, 776 s. ISBN 80-7178-303-X
12. HORÁK, J. *Kapitoly z teorie výchovy. Díl 1. Problematika hodnot a hodnotové orientace*. 1. vydání. Liberec: Technická univerzita, 1996, 75 s. ISBN 80-7083-196-0
13. HORÁK, J. *Kapitoly z teorie výchovy. 2. díl. Problematika hodnot a hodnotové orientace. (Aplikace výzkumných pedagogických metod na příkladě provedeného šetření)*. 1. vydání. Liberec: Technická univerzita v Liberci, 1997, 109 s. ISBN 80-7083-224-X
14. HORÁK, J. *Škola a hodnotová orientace dětí a mládeže*. Liberec: Technická universita, 1997, 81 s. ISBN 80-7083-257-6
15. HVÍŽDALA, K. *Moc a nemoc médií: rozhovory, eseje a články 2000-2003*. 1. vydání. Praha: Máj, 2003, 268 s. ISBN 80-86643-07-7
16. JIRÁK, J., KÖPPLOVÁ, B. *Masová média*. 1. vydání. Praha: Portál, 2009, 416 s. ISBN 978-80-7367-466-3
17. JIRÁK, J., KÖPPLOVÁ, B. *Média a společnost. Stručný úvod do studia médií a mediální komunikace*. 2. vydání. Praha: Portál, 2007, 208 s. ISBN 978-80-7367-287-4
18. KNAPP, V. *Teorie práva*. 1. vydání. Praha: C. H. Beck, 1995, 247 s. ISBN 80-7179-028-1
19. KRAUS, W. *Televize – nový kontinent: kultura nebo chaos?* 1. vydání. Praha: Československá televize, 1991, 148 s. ISBN 80-85005-02-6
20. KRIVOHLAVÝ, J. *Psychologie zdraví*. 3. vydání. Praha: Portál, 2009, 280 s. ISBN 978-80-7367-568-4
21. KUČEROVÁ, S. *Člověk - hodnoty - výchova*. 1. vydání. Prešov: ManaCon, 1996, 231 s. ISBN 80-85668-34-3
22. KUČEROVÁ, S. *Obecné základy mravní výchovy* 1. vydání. Brno: Masarykova univerzita, 1990, 49 s. ISBN: 80-210-0183-6

23. KUČEROVÁ, S. a kol. *Texty ke studiu otázek výchovy*. 2. vydání. Praha: Masarykova univerzita, 1997, 147 s. ISBN: 80-210-1544-6
24. KUNCZIK, M. *Základy masové komunikace*. 1. vydání. Praha: Karolinum, 1995, 307 s. ISBN 80-7184-134-X
25. LANGMEIER, J., KREJČÍROVÁ, D. *Vývojová psychologie*. 2. aktualizované vydání. Praha: Grada Publishing, 2006, 352 s. ISBN 80-247-1284-9
26. McLUHAN, H. M. *Jak rozumět médiím*. 1. vydání. Praha: Odeon, 1991, 348 s. ISBN 80-20702-96-2
27. McLUHAN, M. *The Understanding Media (The Extension of Man)*. 1. vydání. New York: Mentor Books, 1964, 399 s. ISBN 158423073
28. McNAIR, B. *Sociologie žurnalistiky*. 1. vydání. Praha: Portál, 2004, 184 s. ISBN 80-7178-840-6
29. McQUAIL, D. *McQuail's Mass Communication Theory*. 5. vydání. London-Tousand Oaks-New Delhi: Sage, 2005, 628 s. ISBN 1-4129-0372-6
30. McQUAIL, D. *Úvod do teorie masové komunikace*. 2. vydání. Praha: Portál, 2002, 447 s. ISBN 80-7178-714-0
31. MIČIENKA, M., JIRÁK, J. a kol. *Základy mediální výchovy*. 1. vydání. Praha: Portál, 2007, 296 s. ISBN 978-80-7367-315-4
32. MUSIL, J. *Komunikace v informační společnosti*. 1. vydání. Praha: Univerzita Jana Amose Komenského Praha, 2007, 144 s. ISBN 978-80-86723-39-6
33. NAKONEČNÝ, M. *Sociální psychologie organizace*. 1. vydání. Praha: Grada Publishing, 2005, 228 s. ISBN 80-247-0577-X
34. PAULIČKA, I. a kol. *Všeobecný encyklopedický slovník A-F*. 1. vydání. Praha: Ottovo nakladatelství, 2002, s. ISBN 80-7181-618-3
35. PETŘÍKOVÁ, J., ŠTĚPÁNEK, D. *Média – prostředky transferu informací*. 1. vydání. Brno: Masarykova univerzita, 1998, 47 s. ISBN 80-210-1992-1
36. POLÁKOVÁ, E. *Prostředky masovej komunikácie, multikultúrna spoločnosť a vzdelávanie*. 1. vydání. Nitra: PF UKF, 2001, 98 s. ISBN 80-8050-396-6
37. POSPÍŠIL, J., ZÁVODNÁ, L. S., *Mediální výchova*. 1. vydání. Praha: Computer Media, 2009, 88 s. ISBN 978-80-7402-022-3
38. PRŮCHA, J., WALTEROVÁ, E., MAREŠ, J. *Pedagogický slovník*. 4. aktualizované vydání. Praha: Portál, 2008, 322 s. ISBN 978-80-7367-416-8
39. REIFOVÁ, I. a kol. *Slovník mediální komunikace*. 1. vydání. Praha: Portál, 2004, 328 s. ISBN 80-7178-926-7
40. Revue pro média: časopis pro kritickou reflexi médií, 2004, roč. 4, č. 8.
41. ROHAN, M. J. A rose by any name? The values construct. *Personality and Social In Psychology Review*, 4, 3/2000
42. ROKEACH, M. *Beliefs, Attitudes, and Values: A Theory of Organisation and Change*. San Francisco: Jossey-Bass, Inc., Publishers, 1968. ISBN 68-21322
43. ROSENZWEIG, M. *Životní hodnoty: příručka pro učitele občanské nauky: učební pomůcka pro základní školy, zvláštní školy a střední školy*. 1. vydání. Praha: Komenium, 1991, 28 s. ISBN 80-85426-07-2
44. ŘIČAN, P., PITHARTOVÁ, D. *Krotíme obrazovku: jak vést děti k rozumnému užívání médií*. 1. vydání. Praha: Portál, 1995, 62 s. ISBN 80-7178-084-74
45. ŘÍMAN, J. a kol. *Malá československá encyklopedie, Pom-S*. 1. vydání. Praha: Academia, 1987, 998 s.
46. SAK, P. *Člověk a vzdělání v informační společnosti*. 1. vydání. Praha: Portál, 2007, 290 s. ISBN 978-80-7367-230-0
47. SAK, P., SAKOVÁ, K. *Mládež na křižovatce: sociologická analýza postavení mládeže ve společnosti a její úlohy v procesech evropeizace a informatizace*. 1.

- vydání. Praha: Svoboda Servis, 2004, 240 s. ISBN 80-86320-33-2
48. SAK, P. *Proměny české mládeže*. 1. vydání. Praha: Petrklíč, 2000, 300 s. ISBN 80-7229-042-8
 49. SCHELLMANN, B. *Média: základní pojmy, návrhy, výroba*. 1. vydání. Praha: Europa-Sonotáles, 2004, 482 s. ISBN 80-86706-06-0
 50. SCHUSTEROVÁ, N. Konštrukt „hodnota“ v psychologickom ponímaní. In *Československá psychologie*, roč. 52, č. 3/2008
 51. SCHWARTZ, S. H. Universals in the content and structure of values: Theory and empirical tests in 20 countries. In: ZANA, M. P. (Eds): *Advances in experimental social psychology*. San Diego, Academic, No. 24/1992
 52. STŘELEČEK, S. *Texty ke studiu otázek výchovy II*. 1. vydání. Brno: Paido, 1994, 67 s. ISBN 80-901737-8-0
 53. ŠÁMAL, P. a kol. *Trestní zákoník: § 1-139*. 1. vydání. Praha: C. H. Beck, 2009, XVI, 1287 s. ISBN 978-80-7400-109-3
 54. ŠPŮR, J. *Úvod do systematické filosofie. Gnoseologie*. 1. vydání. Dobrá Voda: Aleš Čeněk, 2002, 159 s. ISBN 80-86473-17-1
 55. ŠTIKAR, J. a kol. *Metody psychologie práce a organizace*. 1. vydání. Praha: Karolinum, 2000, 188 s. ISBN 80-246-0048-X
 56. TANG, I. *Pornografie: tajné dějiny civilizace*. 1. vydání. Praha: BB art, 2003, 199 s. ISBN 80-7257-958-4
 57. URBAN, B. S. *Úvod do teorie estetické výchovy*. 1. vydání. Praha: Univerzita Karlova, 1970, 273 s.
 58. UMLAUFOVÁ, M., PFEIFER, L. *Firemní kultura: síla sdílených cílů, hodnot a priorit*. 1. vydání. Praha: Grada, 1993, 130 s. ISBN 80-7169-018
 59. VOIT, P. *Encyklopedie knihy: starší knihtisk a příbuzné obory mezi polovinou 15. a počátkem 19. století*. 1. vydání. Praha: LIBRI, 2006, 1352 [160] s. ISBN 80-7277-312-7

Právní předpisy:

1. Zákon ČNR č. 483/1991 Sb., o České televizi, ve znění pozdějších předpisů.

Internetové zdroje:

1. BISKUP, P. Svlékni se, poručili 13 letí hoši spolužačce a pak ji znásilnili [online]. 2010 [cit. 2010-02-03]. Dostupné z WWW: <http://www.novinky.cz/krimi/193369-svlekni-se-porucili-13-leti-hosi-spoluzacce-a-pak-ji-znasilnili.html>
2. Camera obscura [online]. 2010 [cit. 2010-03-04]. Dostupné z WWW: http://cs.wikipedia.org/wiki/Camera_obscura
3. Estetika [online]. 2010 [cit. 2010-02-03]. Dostupné z WWW: <http://cs.wikipedia.org/wiki/Estetika>
4. GABAL, Ivan, VÁCLAVÍKOVÁ HELŠUSOVÁ, Lenka. Jak čtou české děti: Analýza výsledků sociologického výzkumu [online]. 2003 [cit. 2010-02-03]. Dostupné z WWW: http://www.gac.cz/documents/nase_prace_vystupy/GAC_cten_jak_ctou_ceske_deti.pdf
5. History of Innovation [online]. 2010 [cit. 2010-03-04]. Dostupné z WWW: <http://www.bbc.co.uk/historyofthebbc/innovation/index.shtml>

6. Internet [online]. 2010 [cit. 2010-03-04]. Dostupné z WWW: <<http://cs.wikipedia.org/wiki/Internet>>
7. KRUPIČKA, M. Historie rozhlasu v kostce [online]. [cit. 2010-03-04]. Dostupné z WWW: <http://www.rozhlas.cz/rozhlasovahistorie/historie/_zprava/682506>
8. Manželé kvůli závislosti na webu nechali umřít své dítě hlady. [online]. 2010 [cit. 2010-03-05]. Dostupné z WWW: <http://www.novinky.cz/zahranicni/svet/193961-manzele-kvuli-zavislosti-na-webu-nechali-umrit-sve-dite-hlady.html>
9. Média [online]. [cit. 2010-03-03]. Dostupné z <http://cs.wikipedia.org/wiki/Média> WWW:
10. Mladík, který zabil matku kvůli videohře, si odsedí 23 let [online]. 2009 [cit. 2010-02-03]. Dostupné z WWW: <http://www.novinky.cz/zahranicni/amerika/171436-mladik-ktery-zabil-matku-kvuli-videohře-si-odsedi-23-let.html>
11. PITNER, T., DRÁŠIL, P. Moderní metodiky, technologie a nástroje pro podporu výuky (E-learning 2.0) [online]. [cit. 2010-02-03]. Dostupné z WWW: http://www.fi.muni.cz/~tomp/papers/letni_skola2006_pitner_drasil.pdf
12. Projekt Celé Česko čte dětem [online]. [cit. 2010-03-04]. Dostupné z WWW: <http://www.celeceskoctedetem.cz/cz/menu/30/cele-cesko-cte-detem-sup-sup/o-projektu/>
13. Rámcový vzdělávací program pro základní vzdělávání [online]. [cit. 2010-03-04]. Dostupné z WWW: <<http://www.pf.jcu.cz/research/svp/rvp-zv-0905.pdf>>
14. Rosteme s knihou – kampaň na podporu četby vzdělávání [online]. [cit. 2010-03-04]. Dostupné z WWW: http://www.vkol.cz/data/soubory/import/roste_s_knihou.pdf
15. Rozšíření a využívání počítačů a Internetu v domácnostech a mezi jednotlivci v ČR [online]. 2008 [cit. 2010-03-04]. Dostupné z WWW: <http://www.czso.cz/csu/redakce.nsf/i/3_kolik_ceskych_domacnosti_ma_pocitac_a_internet>
16. ŠIKO, P. E-learning jako další varianta vzdělávání [online]. 2003 [cit. 2010-02-03]. Dostupné z WWW: <<http://www.systemonline.cz/clanky/e-learning-jako-dalsi-varianta-vzdelavani.htm>>
17. Vývoj televizního vysílání v datech, archivní záběry, kuriozity. Prehistorie [online]. [cit. 2010-03-04]. Dostupné z WWW: <http://www.ceskatelevize.cz/ct/historie/index.php>
18. WEST, C. „Pornography and Censorship.“ *Stanford Encyclopedia of Philosophy* [online]. 2004. [cit. 2010-03-11]. Dostupné z: <<http://www.science.uva.nl/~seop/entries/pornography-censorship/index.html#1>>

Seznam příloh

Příloha č. 1 - dotazník

Dotazník „Televize a hodnoty“

Tímto dotazníkem je zkoumán vliv sledování televize na tebou uznávané hodnoty. Dotazník má dvě části: první se zabývá hlavně způsobem trávení tvého volného času, ve druhé jde o zjištění toho, jak moc jsou pro tebe důležité vybrané hodnoty. Tebou uvedené odpovědi budou vyhodnocovány v celku s ostatními dotazovanými, a proto nemusíš mít obavu, že by těchto údajů bylo jakýmkoliv způsobem zneužito.

Část I

1. Kolikáté jsi naposledy slavil narozeniny (uved'?)
2. Kolik času v průměru denně věnuješ sledování televize (uved'?)
3. Jaké televizní stanice nejvíce sleduješ (uved' maximálně tři hlavní)?
4. Které pořady v televizi nejvíce sleduješ (zakřížkuj maximálně tři)?

Animované filmy		Akční filmy	
Hudební a zábavné pořady		Komedie	
Dokumentární filmy		Romantické filmy	
Soutěžní pořady		Seriály	
Zpravodajské pořady		Dramata	
Historické filmy		Reality show	
Sportovní pořady		Pořady o hobby (Receptář aj.)	
Filmy o přírodě a zvířatech		Politické debaty	
Sci-fi a fantasy pořady		Jiné	

5. Pokud sleduji televizi, tak (zakřížkuj jednu odpověď, která tě charakterizuje)

ji zapínám i vypínám		sleduji to, co sledují ostatní	
přepínám kanály		se chovám pokaždé jinak	

6. Kromě televize využívám i tato média (zakřížkuj):

knihy		noviny a časopisy	
Internet		film	
rozhlas		multimédia	

7. Jakým dalším aktivitám se ve volném čase věnuješ?

Vycházky, turistika		Sportovní aktivity	
Trávení času s kamarády, známými		Návštěva pohostinství apod.	
Učení se		Jsem s přítelkyní/přítelem	
Zájmové aktivity (kroužky aj.)		Jiné	

8. Kolik těmto dalším aktivitám v průměru věnuješ času denně (uved'?)

Část II

V této části dotazníku zakřížkuj v příslušném sloupečku a řádku, jak je pro tebe daná hodnota důležitá. Máš k tomu k dispozici pětibodovou škálu, kde známka „5“ značí, že hodnota je velmi důležitá, známka „1“ znamená, že hodnota je pro tebe nedůležitá.

Hodnota	Důležitost hodnoty				
	5	4	3	2	1
být užitečný druhým					
Bůh					
demokracie					
koničky					
láska					
majetek					
mír					
plat					
politická angažovanost					
pravda/poznání					
přátelství					
rodina a děti					
rozvoj vlastní osobnosti					
soukromé podnikání					
společenská prestiž					
svoboda					
úspěšnost v zaměstnání					
veřejně prospěšná činnost					
vzdělání					
zajímavá práce					
zdraví					
životní partner					
životní prostředí					