

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

Média a jejich působení na děti předškolního věku

BAKALÁŘSKÁ PRÁCE

Vedoucí bakalářské práce:
PaedDr. Libuše Mazánková, Dr.

Vypracovala:
Zuzana Sovová

Brno 2012

Prohlášení

Prohlašuji, že jsem bakalářskou práci na téma „**Média a jejich působení na děti předškolního věku**“ zpracovala samostatně a použila jsem literaturu uvedenou v seznamu použitých pramenů a literatury, který je součástí této bakalářské práce. Elektronická a tištěná verze bakalářské práce jsou totožné.

Brno

.....
Zuzana Sovová

Poděkování

Děkuji paní PaedDr. Libuši Mazánkové, Dr. za velmi užitečnou metodickou pomoc, kterou mi poskytla při zpracovávání mé bakalářské práce.

Chtěla bych také vyjádřit poděkování své rodině. Nesmírně si vážím toho, že mně poskytovala po celou dobu studia pomoc, trpělivost a morální podporu.

OBSAH

Úvod	2
I. Teoretická část	4
1. Média, masmédia	
1.1 Charakteristika médií	4
1.2 Význam a dělení médií	5
1.3 Vliv médií	6
1.4 Funkce médií	8
2. Děti a komunikace	
2.1 Periodizace vývojových období dítěte	10
2.2 Lidská (sociální) komunikace	20
3. Média jako socializační prostředek	
3.1 Pozitivní a negativní vlivy	22
3.2 Kniha	24
3.3 Televize jako nejmocnější médium a její vliv na děti	24
3.4 Internet	26
3.5 Reklama	27
II. Praktická část	29
4. Výzkumné šetření	
4.1 Cíle výzkumného šetření	29
4.2 Metoda výzkumu	29
4.3 Výsledek výzkumného šetření	30
4.3.1 Vyhodnocení dotazníků určených pro rodiče	30
4.3.2 Vyhodnocení dotazníků určených pro učitelky	40
4.4 Shrnutí výsledků výzkumného šetření	47
Závěr	49
Resumé	51
Anotace	52
Seznam literatury	53
Seznam příloh	54

Úvod

V současné době patří média mezi nejpoužívanější pojmy a tvoří neoddělitelnou součást našeho života. Setkáváme se s nimi prakticky na každém kroku – v obchodě, na procházce, při jízdě automobilem (billboardy) apod. Masová média působí na každého jedince i na celou společnost. Jejich hlavním cílem je informovat, pomáhat a vychovávat, ale musíme si uvědomit, že jsou nositeli pravdivých i nepravdivých informací. Náš život a především život našich dětí je hodně ovlivňován, jak pozitivně, tak negativně. Přinášejí mnoho informací a poznatků, čímž mají vliv na výchovu a socializaci dítěte. Nejvíce nás ovlivňuje reklama, aniž bychom si to uvědomovali, oblékáme se, např. podle předpovědi počasí, podle nejnovějšího trendu, nakupujeme hračky z reklamy, protože naše dítě bylo oslněno poutavou reklamou, jdeme na film, který je prezentován v krátkém šotu v televizi, kupujeme dětem mléčné výrobky, které v reklamě uvádějí jako nejzdravější apod.

Cílem této bakalářské práce je zjistit, jaký mají média vliv na děti předškolního věku. Zda převažuje pozitivní nebo negativní stránka působení médií. Jak se k této otázce staví rodiče a učitelky v mateřské školce. Vedou-li rodiče společně s pedagogickými pracovníky děti ke správnému užívání médií, např. formou čtení a vyprávění.

Téma „Média a jejich působení na děti předškolního věku“ mě zaujalo spíše z pohledu matky. Má médium nějaký vliv na rozvoj fantazie, inteligenci a slovní zásobu nebo nemá? Čtou rodiče svým dětem pohádky nebo je vypráví? Mají dostatek času na své děti nebo jim raději pustí televizi?

První část bakalářské práce je zaměřena na obecné pojmy. Co jsou to média, jaký mají význam, funkci a jaký mají vliv na jedince a společnost. Média jsou největším zdrojem získávání informací, existují stejně dlouho jako mezilidská komunikace. Za média jsou považovány časopisy, knihy, rozhlas, televize a internet. Nalezneme v nich nejrůznější informace z domova i celého světa, např. pořady o přírodě, o politice, sportovní události, vzdělávací programy i zábavné pořady. Plní řadu nejrůznějších funkcí s rozdílnou intenzitou, účinkem a rozdílnými důsledky.

Druhá část je zaměřena na děti a komunikaci. Nejprve jsem se zaměřila na periodizaci jednotlivých vývojových období dítěte, tj. na období od narození do předškolního věku. Vývoj každého jedince je závislý na působení mnoha faktorů a nemusí mít stejně významnou roli v jednotlivých případech. Průběh závisí na interakci vrozených dispozic a vlivů prostředí. Nejvýznamnějším způsobem ovlivňuje psychický vývoj dítěte rodina. Ta modifikuje základní postoj dítěte ke světu.

V další části jsem se zaměřila na lidskou (sociální) komunikaci, která ovlivňuje vztah mezi dvěma nebo více lidmi. Komunikace se dělí podle druhu užívaných komunikačních prostředků na slovní (verbální komunikaci – řeč) a neslovní (neverbální - gestikulace, mimika, řeč těla).

Ve třetí části bakalářské práce jsem se zabývala tématem „Média jako socializační prostředek“. Média mají vliv pozitivní i negativní, ovlivňují chování, postoje, názory a mohou rozšiřovat obzory poznání, pomáhat v rozhodování, ale mohou způsobovat i společensky nepřipustné chování. Na každého jednotlivce má tentýž obsah jiný účinek. Rodiče by měli vědět, jaké televizní programy dítě sleduje, jaké počítačové hry hraje a co si prohlíží na internetu. Dnešní děti hlavně přijímají spoustu informací přes internet a televizi, tradiční médium, jako je kniha, se postupem času dostává do ústraní.

V praktické části budou vyhodnocena data získaná z výzkumného šetření. K získání dat jsem použila výzkumnou metodu dotazníku. Vytvořila jsem dva druhy dotazníku, jeden byl určen pro rodiče dětí a druhý pro učitelky mateřských škol. Dotazníky jsou zaměřeny na četbu, sledování pohádek v televizi, nejoblíbenější médium, časovou dotaci a ovlivňování reklamou.

I. Teoretická část

1. Média, masmédia

1.1 Charakteristika médií

Média jsou neoddělitelnou součástí našeho života, patří mezi nejpoužívanější pojmy současnosti. Jsou přenašeči různých informací a jsou aktivními účastníky komunikačního procesu. Existují prakticky stejně dlouho jako mezilidská komunikace na zemi, ovlivňují historicko-společenský vývoj lidstva. S vývojem společnosti se mění i média.

V momentě, kdy je v procesu komunikace přítomné médium, jedná se o tzv. **mediální komunikaci**. Pokud je sdělení vysíláno jedním subjektem (např. televize, internet) širokému a individuálně neurčenému anonymnímu publiku, jedná se o tzv. **masovou komunikaci**. K masovým médiím obecně zařazujeme noviny, časopisy, rozhlas, televizi, knihu, video, film a internet.¹

Tam, kde při komunikaci využíváme hromadných sdělovacích prostředků, hovoříme o **komunikaci hromadné**. Informace jsou šířeny veřejně, nepřímou a jednostranně, např. městský rozhlas, místní noviny. Pokud tyto sdělovací prostředky zasáhnou celou společnost – celý svět, hovoříme o masové komunikaci. Tyto prostředky nazýváme **masmédia**. Sdělení v masmédiích má velmi mnoho informací nejrůznějšího zaměření a různé povahy.

Prvním prostředkem masové komunikace byl **tisk**, který nazýváme **médiiem vizuálním**. Tento technický vynález existuje od poloviny 15. století, masově se rozšířil až v 19. století. Vynálezce knihtisku Johannes Gutenberg způsobil svým vynálezem v Evropě informační explozi. Jedná se především o noviny, časopisy, katalogy a různé tiskoviny. Mezi jeho přednosti patří individuální a soukromé přijetí informace bez

¹ Pospíšil, J., Závodná, L. *Mediální výchova*. Computer media s.r.o., 2009. ISBN 978-80-7402-022-3, s. 32

časového omezení a také možnosti se k těmto informacím vracet a uchovávat si tyto dokumenty.

Dalším mediálním prostředkem je **rozhlas**, který nazýváme **auditivní médium**, které se výrazně prosadilo od 20. let minulého století. Umožňuje kvalitní a rychlý přenos informací. V dnešní době existuje spousta rozhlasových stanic nejrůznějšího zaměření, jejich funkce je zredukována především na zpravodajství a hudební programy.

V literatuře je jako další médium uváděna **televize**, která je nazývána **audiovizuální médium**, jejíž rozmach nastal až po 2. světové válce. Byl to velký technický pokrok spojení zvuku a obrazu, který byl schopen působivě nás seznamovat s aktuálními informacemi z celého světa, např. sportovními, uměleckými, politickými a přírodními událostmi.

Poslední médium, které nám vstupuje na přelomu století čím dál častěji do běžného života, se nazývá **internet**. Vzhledem k široké nabídce a možnosti využití se postupně stává médiem, které získává prvenství nad tradičními prostředky masové komunikace.²

1.2 Význam a dělení médií

Média se velkou měrou podílejí na socializaci člověka, tedy na procesu, jímž se jedinec zařazuje do společnosti. Tento proces se odehrává především jako komunikační aktivita. Jak připomíná Rosengren, od sklonku 19. století význam masových médií „jako činitelů socializace průběžně roste, a to nejen v procesu sekundární socializace, jejímiž subjekty jsme neustále všichni“.³

Média jsou velmi významný a dnes již nepostradatelný prostředek vzdělávání, výchovy, akulturace, multikulturní výchovy a socializace jedince. Média mají celkový význam a přínos pro život člověka. Slovem i obrazem zprostředkovávají události a informace z celého světa, tedy život obohacují a rozšiřují obzor, na druhé straně ale také přispívají k celkové přesycenosti, např. narušují denní rytmus člověka, ochuzují ho o spánek, přispívají k pasivnímu a konzumnímu stylu života.⁴

² Kraus, B. *Základy sociální pedagogiky*. Praha: Portál, 2008. ISBN 978-80-7367-383-3, s. 124, 125, 126

³ Jiráček, J., Köpplová, B. *Masová média*. Praha: Portál, 2009. ISBN 978-80-7367-466-3, s. 23, 24

⁴ Kraus, B. *Základy sociální pedagogiky*. Praha: Portál, 2008. ISBN 978-80-7367-383-3, s. 127, 129

Děti a mladí lidé se s médii setkávají denně v rodině, ve škole i ve volném čase. Prostřednictvím médií získávají informace o světě dospělých i vrstevnících, uspokojují své zájmy, vzdělávají se v různých oblastech, inspirují se v oblasti zábavy, prožívají chvíle napětí, dobrodružství nebo radosti.⁵

V literatuře se můžeme setkat s nejrůznějším dělením médií. Nejjednodušší dělení je podle kanadského filosofa Marshalla McLuhana, na tzv. **horká a chladná média**.

Horká média se vyznačují velkou naplněností daty a nevyžadují intenzivní účast ze strany příjemce, působí hlavně na emoce člověka. Společně působí mluvené slovo, obraz, zvuk, hudba. Horká média poznáme podle toho, že příjemce vtáhnou přímo do svého světa médií. Přesná definice, zda se jedná o horké nebo chladné médium, se dá určit jen relativně. Přesnější určení lze poznat až při srovnání jednoho média s druhým. Například televize by byla horké médium ve srovnání s rozhlasem. Televize vykazuje více dat a od příjemce vyžaduje méně participace, rozhlas může příjemce brát jako zvukovou kulisu.

Další možné dělení je na **elektronická a tištěná (klasická) média**.

Mezi **elektronická média** patří televize, rozhlas, internet, video a **tištěná média** jsou všechna ostatní, např. noviny, časopisy, knihy.⁶

1.3 Vliv médií

Rosengren připomíná, v čem je postavení současných masových médií v procesu socializace jedinečné a proč ho považovat za tak vlivný socializační faktor:

- vyskytují se po několik hodin denně každý den v roce prakticky ve všech domácnostech,
- nabízejí nekonečný proud zábavy a informací,
- ustavují agendu politických, ekonomických a kulturních diskuzí,
- pomáhají konzervovat existující struktury moci a současně připravují půdu pro životně důležité procesy.⁷

⁵ Hofbauer, B. *Děti, mládež a volný čas*. Praha: Portál, 2004. ISBN 80-7178-927-5, s. 129

⁶ McLuhan, M. *Jak rozumět médiím*. Praha: Odeon, 1991. ISBN 80-207-0296-2, s. 16 - 20

⁷ Jiráček, J., Köpplová, B. *Masová média*. Praha: Portál, 2009. ISBN 978-80-7367-466-3, s. 23, 24

Média mají významný dopad na jednotlivce i na společnost a jaké povahy toto působení bude, je dáno rozdílným pohledem na média a mediální komunikaci, rozvíjející se a proměňující se systém vývoje nejen společenskými a ekonomickými podmínkami, ale také technologickými možnostmi. Média jsou významnou společenskou institucí a natolik provázanou s dalšími institucemi, že jejich podíl na stavu společnosti či rozpoložení jedince, není možné od společnosti izolovat a zkoumat samostatně.

V posuzování vlivu médií hrají rozhodující roli tři základní faktory:

- samotný stav společnosti, např. uspořádání času, způsob komunikace, úroveň vzdělanosti,
- rozvoj médií (technický rozvoj úvah o vlivu médií přibývá, jakmile se objeví nová komunikační technologie – nové médium),
- rozvoj poznání společnosti a uvažování o ní (účinky médií se mění v závislosti na rozvoji sociologického a psychologického poznání a také v závislosti na proměnách technik zkoumání společnosti).

Vliv médií podle Jana Jiráka a Barbary Köpplové můžeme dělit na:

- krátkodobé a dlouhodobé,
- přímé a nepřímé,
- plánované a neplánované.

Krátkodobé účinky médií se mohou u člověka projevit jako okamžité, bezprostřední, pomíjivé reakce, které mají emociální nebo fyziologickou povahu. Například napínavý příběh může vyvolat napětí, horor strach, zpravodajství o brutální vraždě může vyvolat pocit pohoršení nebo ohrožení, komedie smích a uvolnění.

Dlouhodobý účinek má trvalejší charakter, pomíjí teprve až se změnou témat. Například socializace jedince do společnosti s podporou médií, které nabízejí vzory chování v různých rolích a považují se za velmi trvalé.⁸

⁸ Jirák, J., Köpplová., B. *Média a společnost*. Praha: Portál, 2007. ISBN 978-80-7367-287-4, s. 151, 152, 154

Přímé účinky médií bývají spojeny s nabízeným mediálním obsahem a jsou spíše chápány jako krátkodobé. Například přímou účinnost můžeme hledat v předvolební kampani určité strany a její úspěch ve volbách nebo mezi komerční reklamou a následným prodejem zboží. Vliv médií může být **nepřímý**, který se může projevit se značným časovým odstupem společně s dalšími faktory.

Představy o záměrných a nezáměrných účincích médií.

Záměrné účinky:

- účinky reklamy na spotřebitelské chování,
- účinky politických kampaní na volební chování,
- účinky osvětových a sociálních kampaní na chování jednotlivců a na zvýšení solidárního jednání ve společnosti atd.

Nejčastěji uváděné nezáměrné účinky jsou například:

- účinek mediálního násilí na agresivní chování,
- dopad mediálních výjevů na skutečný pohled na svět,
- účinky předpojatosti médií na stereotypizaci,
- účinky erotických a sexuálních obsahů na postoj jednotlivců.⁹

1.4 Funkce médií

Žijeme v době masmédií, která vstoupila do života každého z nás a provázejí nás na každém kroku. Masmédia plní celou řadu rozmanitých funkcí v našem životě. Činí je s rozdílnou intenzitou, účinkem a s rozdílnými důsledky. Funkce masmédií se projevují jako úkon, činnost určitého zaměření a významu.

- **Informativní funkce** - poskytuje informace, data, zprávy adresátům. Má vzdělávací i hodnotící charakter.
- **Formativní funkce** – ovlivňuje celou osobnost, má výchovný charakter, jsou ovlivňovány postoje adresáta např. k otázkám sociálním, ve smyslu osobní, individuální a společenské angažovanosti a aktivity jako základní podmínky rozvoje

⁹ Jiráček, J., Köpplová, B. *Média a společnost*. Praha: Portál, 2007. ISBN 978-80-7367-287-4, s. 174-176

osobnosti. Tyto účinky se projevují v souvislosti s manipulací, která je nejvíce zřejmá v oblasti reklamy.¹⁰

- **Komunikativní funkce** – schopnost uskutečňovat spojení mezi určitou událostí, skutečností na jedné straně a příjemcem na druhé. Přínos médií pomáhá v celkovém procesu socializace stabilizovat normy, vzory, ideály, přispívá ke kultivaci tím, že učí adresáta přijímat dané chování.
- **Rekreativní funkce** – navozuje u adresáta podmínky pro odpočinek a regeneraci sil. Vytrhuje člověka z každodenního shonu a dává mu zapomenout na každodenní starosti. Zbavuje člověka psychického napětí, navozuje uvolnění a přispívá k duševní rovnosti. Přináší zábavu, a tím uspokojuje potřebu prožít každou radost ze hry, rozptýlit a bavit se.¹¹

¹⁰ Kraus, B., Poláčková., V. a kolektiv. *Člověk, prostředí a výchova*. Brno: Padio. 2001. ISBN 80-7315-004-2, s. 30

¹¹ Kraus, B., Sýkora., P. *Sociální pedagogika I*. Brno: IMS, 2009, s. 47

2. Děti a komunikace

2.1 Periodizace vývojových období dítěte

Na psychický vývoj jedince je pohlíženo z různých hledisek, se zaměřením na osobnost jedince, podle jednotlivých psychických funkcí, ale i vzhledem k jeho sociálnímu postavení. Vývoj jedince je chápán jako výsledek genetických a psychosociálních vlivů. Základní psychické potřeby a míra jejich uspokojení může ovlivňovat dětské prožívání a chování.

Psychický vývoj každého jedince je závislý na působení mnoha faktorů, které jsou ve vzájemné interakci. U každého jedince nemusí mít tyto faktory v jednotlivých případech stejně významnou roli. Průběh psychického vývoje závisí na interakci vrozených dispozic a vlivů prostředí.

Činitelé psychického vývoje:

- **Dědičnost** (genetická dispozice) je zakódovaná ve formě genů. Žádný gen se neprojevuje izolovaně, ale vždy integrovaně. Genetické předpoklady a vlivy prostředí jsou od samého počátku vývoje ve vztahu vzájemné interakce. Geny představují informace, na kterých závisí vytvoření předpokladů pro rozvoj různých psychických vlastností. K postupné aktivaci jednotlivých složek dochází v průběhu života jedince. Vznik určité kombinace dědičných dispozic je závislý na způsobu partnerského výběru.

- **Prostředí**, v němž dítě vyrůstá, může jeho vývoj významně ovlivnit. Působí na dítě prostřednictvím interakce, která může mít různý charakter, může jít o interakci s lidmi, neživými objekty nebo symboly. Zkušenost, tj. učení, může lidskou psychiku ovlivňovat pozitivně i negativně. Materiální prostředí, ve kterém dítě žije, je velice důležité především pro jeho kognitivní vývoj. Na materiálních podmínkách domova je především závislý vývoj malých dětí.¹²

¹² Vágnerová, M. *Vývojová psychologie I, dětství a dospívání*. Praha: Karolinum, 2005. ISBN 80-246-0956-8, s. 9 – 16

Nejvýznamnější sociální skupinou, která zásadním způsobem ovlivňuje psychický vývoj dítěte, je **rodina**. Dítěti poskytuje základní zkušenosti, které ovlivňují jeho způsob, jakým bude chápat různé informace a jak na ně bude reagovat. Osvojuje si určitý způsob interpretace sociálních signálů, vzorce chování a naučí se, jak projevat nebo neprojevovat svoje pocity a názory. Rodina modifikuje základní postoj dítěte ke světu.

Rozvoj dětské osobnosti ovlivňuje styl rodinné výchovy, nejvýhodnější je kombinace rodičovské lásky a disciplíny. Stejně rodinné prostředí může odlišně působit na jednotlivé děti. Sourozenci vyrůstají ve stejné rodině, ale vzhledem k určitým rozdílům jako je pohlaví, věk, vlastnosti jejich osobností a nadání se k nim rodiče nechovají úplně stejně. Chování rodičů se v průběhu života mění, je ovlivňováno jejich zkušenostmi s výchovou a také různými projevy dítěte (např. nadání dítěte, tělesné postižení).

Prenatální období

Prenatální vývoj trvá devět kalendářních měsíců. V tomto období se vytvářejí všechny potřebné předpoklady pro budoucí život. Lidský mozek se vyvíjí v průběhu celého prenatálního vývoje. Mozek je velice vnímavý vůči toxickým vlivům a jakákoliv změna ve vnitřním prostředí matky se projeví i v organismu plodu. V tomto období plod postupně reaguje např. na tlak, zvuk z vnějšího prostředí, pohybuje se, rozpoznává denní a noční činnosti.

Novorozenecké období

Novorozenecké období trvá zhruba jeden měsíc. Porod je významným mezníkem v životě dítěte, velkou psychickou zátěží. Dítě se z biologického hlediska stává samostatnou bytostí, ocitá se v odlišných podmínkách, než jak bylo zvyklé. Leží na pevné podložce, v intenzivním osvětlení, v relativním hluku a chladu, musí samo dýchat, přijímat potravu, vyměšovat a udržovat tělesnou teplotu. Novorozenec je vybaven základními reflexy, vrozenými způsoby chování a schopností učení. Rozvoj novorozence závisí na vývojově i individuálně přiměřenému přísunu podnětů.¹³

¹³ Vágnerová, M. *Vývojová psychologie I, dětství a dospívání*. Praha: Karolinum, 2005. ISBN 80-246-0956-8, s. 18 – 20, 63, 64, 67 - 69

Dítě je závislé především na svém okolí, tj. hlavně na matce. Dovede vnímat doteky, teplotu a změnu polohy.

Dítě pozná matku podle čichu, rozezná její obličej a hlas. Učení je spojeno se základními smyslovými informacemi, je aktivizováno v rámci sociální interakce, protože je možností a potřebám dítěte nejlépe přizpůsobena.

Kojenecké období

Kojenecký věk trvá od jednoho měsíce do jednoho roku věku dítěte. V tomto období dochází k rychlému rozvoji mnoha kompetencí, které jsou předpokladem k postupnému osamostatňování. Projevují se individuální rozdíly mezi jednotlivými dětmi v prožívání, chování a celkovém vývoji. Rozvoj poznávacích procesů probíhá na základě interakce zrání a učení, ve vzájemném vztahu s psychickými i tělesnými faktory a je spjat se zráním centrální nervové soustavy.

Vývoj zrakového vnímání se rozvíjí postupně, pro rozvoj poznávacích procesů je nejdůležitější, protože snadno upoutávají pozornost malého kojence a dovedou ji udržet. Zrakové vnímání je zdrojem informací a důležitým prostředkem orientace. Kojenec se tímto způsobem snadno seznamuje s nejbližším okolím, učí se chápat, rozpoznává rozdíly a podobnost jednotlivých objektů.

Vývoj motorických schopností probíhá již v prenatálním období, v té době má pouze reflexní charakter. Motorické schopnosti se vyvíjejí postupně, podle různého tempa dozrávání jednotlivých mozkových struktur.¹⁴

Motoriku dělíme na:

- **hrubou** zahrnující pohyby celého těla, které dále dělíme na pohyby **lokomoční**, např. lezení, skákání, chůzi a na pohyby **nelokomoční**, např. sezení, dřep,
- **jemnou** zahrnující pohyby rukou, manuální dovednosti, **grafomotoriku** (pohyb při grafických činnostech), **logomotoriku** (pohyby mluvicích orgánů při řeči), mimiku.

¹⁴ Vágnerová, M. *Vývojová psychologie I, dětství a dospívání*. Praha: Karolinum, 2005. ISBN 80-246-0956-8, s. 69, 71-79

Za významný mezník motorického vývoje je považováno:

- ovládání hlavičky (orientace ve vnějším prostředí),
- manipulace s předměty,
- sezení bez opory,
- aktivní pohyb v prostředí, získávání sebedůvěry, rozpoznávání velikosti a kvalit různých objektů, vstupování do nových sociálních situací.

Důležitý je také vývoj jemné motoriky, protože dítě je schopno manipulovat s předměty, seznamovat se s nimi a prozkoumávat je. Vývoj jemné motoriky lze shrnout do tří stupňů vývoje.

1. **stupeň** - dítě sahá a uchopuje předmět oběma rukama a naklání se k němu celým tělem
2. **stupeň** – uchopovací pohyb se již vyčleňuje z příklonu trupu, stále předmět uchopuje oběma rukama
3. **stupeň** – dítě uchopuje předmět jednou rukou a druhou rukou dokáže s předmětem manipulovat. V průběhu tohoto stupně se rozvíjí jednotlivé typy úchopů – aktivní dlaňový úchop, nůžkový úchop a klešťové (špetkové) uchopování.

Správný **vývoj řeči** je závislý na dostatečném rozvoji vnímání (sluchového, zrakového), myšlení, pozornosti, paměti, jemné motoriky. Důležitým faktorem je motivace ke komunikaci, tj. chtít něco sdělit. Mluvená řeč a její osvojení hraje důležitou roli z hlediska vývoje myšlení, socializace a celé osobnosti dítěte.

V prvních měsících používá kojeneček ke komunikaci neartikulované zvuky. Kolem třetího měsíce již začíná broukat, vrní, mlaská, výská, snaží se na sebe upozornit. Od šestého měsíce začíná žvatlat a vyslovovat první slabiky, např. ba, ma, ta. Hlasem dokáže vyjádřit svou náladu, např. nespokojenost dokáže vyjádřit i jinak než pláčem. Od devátého měsíce většina kojenců již rozumí a reaguje na jednoduché výzvy (udělej pápá, paci - paci), reaguje na zavolání jménem. První slova a další rozvoj komunikace záleží na řadě faktorů, např. na dispozicích dítěte, jak je s ním komunikováno, na prostředí, ve kterém vyrůstá. Dítě si jednotlivá slova spojuje s objektem, např. vidí psa, slyší haf a hmatá.¹⁵

¹⁵Doňková, O., Novotný, J. S. *Vývojová psychologie pro sociální pedagogy*. Brno: IMS, 2009, s. 58 - 64

Za běžných okolností se postupně rozšiřuje slovní zásoba a po dvanácti měsících zahrnuje slovník kolem šesti slov, zvládá gesto ukazování a samo je začíná používat.

Psychický vývoj kojenců

V rámci psychického vývoje je prudký rozvoj ustanovený především zráním centrálního nervového systému a tělesným růstem. Rozvoj kognitivních funkcí se děje na základě interakce zrání a učení, ve vztahu a vzájemném působení s ostatními složkami vývoje osobnosti. Dle teorie J. Piageta se dítě nachází ve stadiu senzomotorické inteligence. Většinu informací o sobě a svém prostředí získává skrze motorický vývoj a vývoj senzomotorických procesů a aktivně zjišťuje vztah mezi svým konáním a prostředím.

Pozornost v kojeneckém období je stále především spontánní, na reflexní bázi, vyvolávají ji silné a výrazné podněty. U dítěte dochází k ustrnutí motorické aktivity.¹⁶

Emoční vývoj stimuluje rozvoj mnoha dalších psychických funkcí. Vývojově předchází rozvoji kognitivních schopností, slouží jako bazální, hodnotící, orientační a regulační systém. Dítě přichází na svět s vrozenou schopností emočně reagovat, základní pocity libosti a nelibosti se postupně rozvíjením, reakce úsměvem, signalizující pocity pohody se objevují kolem druhého měsíce věku dítěte. Okolo čtvrtého měsíce dokáže dítě projevit radost, ale i nespokojenost. Po čtvrtém měsíci se začínají objevovat zlostné reakce a umí vyjádřit strach.

Pro dítě jsou emoční projevy důležitým prostředkem komunikace. Vyjadřuje svoje aktuální pocity a k tomu slouží vnější projevy emocí. Tímto způsobem dokáže ostatním lidem sdělit, co cítí, dávno před tím, než se naučí mluvit. V tomto věku už je schopno vnímat citové projevy jiných lidí. Informace, které dítěti poskytuje emoční projev různých lidí, přispívají k jeho základní orientaci v dané situaci. Např. pozitivní emoce dítě uklidňuje, naopak negativní projevy vyvolávají u dítěte obranné reakce.¹⁷

¹⁶ Doňková, O., Novotný, J. S. *Vývojová psychologie pro sociální pedagogy*. Brno: IMS, 2009, s. 64 - 69

¹⁷ Vágnerová, M. *Vývojová psychologie I, dětství a dospívání*. Praha: Karolinum, 2005. ISBN 80-246-0956-8, s. 96-98

Emoce ovlivňují rozvoj mezilidských vztahů, především vztah s matkou. Zahrnuje jak schopnost empatie, tj. vcítění se do pocitů někoho jiného, tak rozvoj citové vazby k jiné osobě.

Socializace

Prostředkem socializace je učení, které se uskutečňuje v rámci mezilidské interakce. Lidé (především matka) zprostředkovávají dítěti různé zkušenosti, a tak rozvíjejí jeho schopnosti. Mezi 6. a 9. měsícem začíná dítě odlišovat matku od ostatních lidí, pociťuje strach z cizích lidí, tento projev je jeden z nedůležitějších signálů normálního vývoje. Matka se stává jedním z objektů, které dítě chápe jako trvalé. V této souvislosti je dítě postupně nuceno akceptovat svou vlastní samostatnost, tj. oddělenost od matky. Matka funguje v kontaktu s dítětem jako zrcadlo, v této době se vytváří základ pro učení nápodobou. Na konci kojeneckého období dítě chápe stálost a kontinuitu vlastní bytosti, odlišené od okolního světa.¹⁸

Batolecí věk

V období od jednoho do dvou let mluvíme o mladším batolecím období, od druhého do třetího roku pak o starším batolecím období. V tomto období je výsadní postavení vývoje řeči a chůze.

Motorický vývoj

Vývoj hrubé motoriky postupuje od prvních nedokonalých krůčků – kolem 12. měsíce - k samostatné chůzi se zastavením. Ve 12. až 13. měsíci se dítě samo usadí na židli a je schopno lézt po schodech nahoru. Okolo 15. měsíce začíná dítě neohrabaně utíkat, ve 21. měsíci dítě běhá, po schodech jde nahoru i dolů s přidržením se zábradlí a dokáže kopat do míče. Po 24. měsících umí dítě samo sejít a vyjít schody, skáče, vyrovnává nerovnosti terénu, postupně začíná chodit po špičkách, přelézá, podlézá, šlape na tříkolce. Důležitým mezníkem je ovládnutí vyměšování, které se dítě učí v průběhu druhého roku.¹⁹

¹⁸ Vágnerová, M. *Vývojová psychologie I, dětství a dospívání*. Praha: Karolinum, 2005. ISBN 80-246-0956-8, s. 98, 117, 118

¹⁹ Doňková, O., Novotný, J. S. *Vývojová psychologie pro sociální pedagogy*. Brno: IMS, 2009, s. 76

Jemná motorika

V tomto období se jemná motorika rychle zlepšuje. Dítě dokáže např. stavět z kostek věže, vlaky, mosty. Po druhém roce dítě zastrkuje ve skládačce základní geometrické tvary do tvarově odpovídajících otvorů. Zlepšují se pohyby rukou i prstů, roste citlivost konečků prstů, dítě například zvládne obracení silnějších listů, mačkání, trhání, držení tužky. Kolem třetího roku již zvládne samo navlékat korálky přiměřené velikosti na provázek.

V oblasti jemné motoriky a jejího zdokonalování je významným vývojovým prvkem vyhraňování laterality (tzn. pravorukosti či levorukosti). Kolem druhého roku lze již rozpoznat, kterou ruku dítě upřednostňuje, např. při natahování se pro hračku, uchopením hračky.

Vývoj řeči, komunikace

Dítě si začíná uvědomovat, že díky slovům může snadněji a lépe komunikovat s okolím. Od konce prvního roku většina dětí chápe a reaguje na různé slovní výzvy, např. udělej paci-paci. Postupně začíná chápat symbolický význam slov, tedy to, že každá věc má své označení. Postupně dochází k nárůstu slovní zásoby:

- v 1 roce – 6 slov,
- v 1,5 roce – 20 až 30 slov,
- ve 2 letech – 200 až 300 slov,
- ve 3 letech – 700 až 900 slov.

Psychický vývoj

V batolecím období se prohlubují a rozšiřují všechny složky paměťových funkcí (vštěpování, uchovávání i znovu vybavování minulých zkušeností a vjemů). Ze začátku převládá spíše bezděčná paměť (silný zážitek) a postupně se prodlužuje doba latence – dítě si déle pamatuje.

Se schopností představování a rozvojem paměti souvisí možnost tzv. oddálené nápodoby. Dítě dokáže napodobit, co již dříve vnímalo, např. napodobuje určité chování, určitou činnost (krmení panenky).²⁰

²⁰ Doňková, O., Novotný, J. S. *Vývojová psychologie pro sociální pedagogy*. Brno: IMS, 2009, s. 76 - 81

Pro batolecí období je výrazný rozvoj vědomí sebe sama coby samostatné, zcela osobité bytosti, odlišné od svého okolí – sebeuvědomění. Teprve po 15. měsíci je dítě schopno o sobě mluvit jako o objektu a nazírat na sebe.

Sociální vývoj

V batolecím období je dítě ještě stále do značné míry závislé na matce, postupně se však rozšiřuje jeho okruh sociálních vztahů (otec, sourozenci, prarodiče, tetičky). Díky navýšení nových vztahů se stávají odluky od matky snazší, protože péči o dítě může zastoupit i jiný člen rodiny. Ustanovují se základy pochopení různých sociálních rolí a norem chování (pozorováním reakcí druhých lidí a získávání informací o vhodném či nevhodném chování – nejčastěji od rodičů). Jsou stále více upevňovány různé návyky – režim dne, stravovací návyky, hygiena.

Předškolní období

Předškolním obdobím je věk mezi třetím až šestým rokem života dítěte. Příznačným rysem je rozvoj motorické aktivity, senzomotorického a emočního vnímání, intenzivní osamostatňování a chápání světa.

Motorický vývoj není na první pohled tak výrazný jako v předchozích letech. Pokroky v hrubé i jemné motorice se týkají především zdokonalování a zlepšování pohybové koordinace, hbitosti, elegance pohybů. Dítě se pohybuje dospělým způsobem, bez problémů chodí, běhá, skáče, hází míč apod.

Výrazné posuny v jemné motorice jsou ve zručnosti a obratnosti rukou, dítě zvládne vystříhat jednoduché tvary, pracuje s plastelínou, kreslí štětcem, skládá nejrůznější skládačky. Levorukost či pravorukost je plně zřetelná.²¹

Rozvoj jemné motoriky se promítá do **vývoje kresby**, jež je v tomto období nejvýraznější.

Vývoj kresby můžeme rozdělit do následujících stádií:

- stádium čmárání,

²¹ Doňková, O., Novotný, J. S. *Vývojová psychologie pro sociální pedagogy*. Brno: IMS, 2009, s. 82, 83, 86 - 88

- stádium tvarů a symbolů,
- naivní realismus (dítě nekreslí, co aktuálně vidí, ale co dobře zná),
- vizuální (kritický) realismus (maluje obrazy, které má naplánovány).

Vývoj řeči, komunikace

Výslovnost tříletého dítěte je ještě nedostatečná, některé hlásky nahrazuje jinými nebo je vyslovuje nepřesně. Mezi pátým a šestým rokem tento jev většinou ustupuje, až úplně vymizí. Roste složitost a rozsah vět, používají plurál, minulý čas, znají rozdíly mezi základními ukazovacími zájmeny (já, ty, on), chápou význam předložek (pod, nad). Výrazně roste zájem o mluvenou řeč, dokáží vydržet delší dobu při poslechu pohádky, umí reprodukovat různé básničky, říkanky, písničky.

Dítě v tomto období klade otázky „co?“, „kdo?“, „jak?“, „proč?“, „proč to dělá?“, „co dělá?“ - snaží se zjišťovat příčiny, a tím získává nové poznatky o sobě i okolním světě. Dokáže vnímat i příkaz, který sdružuje více úkolů, např. vezmi ze stolu prázdný hrníček a dones ho mamince do kuchyně.

Psychický vývoj

Myšlení - předškolák je ve svých úsudcích silně ovlivněn názornou podobou světa a často je veden k nesprávným závěrům, např. dítě není schopno postihnout jiný úhel pohledu, ulpívá na svém subjektivním vnímání reality, přičítání života neživým objektům, polidšťování neživých objektů.

Vnímání je globálního, neanalytického charakteru a převládá egocentričnost – dítě je orientováno jen na to, co ho objektivně upoutává. Celek vnímá bez jednotlivých částí, detailů a nerozlišuje mezi nimi vztah. V tomto věku dítě nezvládá prostorové vztahy, přeceňuje velikost objektu, např. je-li v popředí myš a slon vzadu, dítě má sklon usuzovat, že myš je větší.²²

Předškolní věk je obdobím stabilizace vlastní pozice ve světě. Nezastupitelnou roli v procesu **socializace** hraje stále rodina. Socializace nese v sobě tři vývojové prvky:

²²Doňková, O., Novotný, J. S. *Vývojová psychologie pro sociální pedagogy*. Brno: IMS, 2009, s. 88 - 97

- **vývoj sociální reaktivity** – dítě se učí navazovat a udržovat vztahy k lidem ve svém blízkém i vzdálenějším sociálním prostředí,
- **vývoj sociálních kontrol** – dítě si osvojuje normy, na základě příkazů a zákazů dospělých, normy a pravidla postupem času bere za své,
- **osvojování si sociálních rolí**, vzorců chování, které se od dítěte očekávají a vyžadují.²³

Předškolní děti vyjadřují svůj vlastní názor na svět v kresbě, vyprávění nebo ve hře. Kresba je neverbální symbolickou funkcí, která zobrazuje realitu tak, jak ji dítě chápe.

Vývoj kresby prochází několika fázemi:

- **presymbolická, senzomotorická fáze** – pro batole je to grafomotorická činnost, tj. čmárání je pro něj zajímavé samo o sobě, více než výsledek,
- **fáze přechodu na symbolickou úroveň** – dítě postupně zjišťuje, že čmárání může být prostředkem k zobrazení reality,
- **fáze primárního symbolického vyjádření** – dítě dokáže něco konkrétního zobrazit, dítě kreslí to, co o objektu ví a co se mu na něm zdá důležité.

Děti kreslí vše, co je nějakým způsobem zaujme, velmi často kreslí lidské postavy. **Vývoj kresby lidské postavy** má svůj vývoj, který odráží celkový psychický rozvoj dítěte.:

- **stadium hlavonožce** – kresba lidské postavy se objevuje přibližně ve třech letech, největší význam má pro děti hlava a detaily obličeje, potom končetiny. Prvním zobrazením lidské postavy je hlavonožec.
- **stadium subjektivně fantazijního zpracování** – ve 4 – 5 letech začíná dítě kreslit detaily postavy - obléká ji, přikresluje další části oděvu.
- **stadium realistického zobrazení** – na konci předškolního věku se výtvoří stále podobají skutečnosti. Dítě kreslí to, co vidí.²⁴

²³ Doňková, O., Novotný, J. S. *Vývojová psychologie pro sociální pedagogy*. Brno: IMS, 2009, s. 101

²⁴ Vágnerová, M. *Vývojová psychologie I, dětství a dospívání*. Praha: Karolinum, 2005. ISBN 80-246-0956-8, s. 183-186

Hra je také neverbální symbolickou funkcí, je dalším způsobem vyjádření postoje ke světu i k sobě samému. Hra slouží dítěti jako prostředek k vyrovnání s realitou. Ve hře je dítě svobodné a může si problematickou skutečnost zpracovat, jak samo chce. Tematické hry slouží jako procvičování budoucích rolí, vhodných řešení situací, prožití různých sociálních rolí i negativních, které děti lákají a v jiné podobě by jim nebyly povoleny, například hra na školu, maminku a tatínka, válčení.

Typickému způsobu uvažování a prožívání předškolních dětí odpovídají pohádky. Pohádkový děj je zjednodušený a řídí je jednoznačnými pravidly – dobro zvítězí a zlo je potrestáno. Pohádkový svět se dítěti jeví jako bezpečný, pomáhají mu pochopit fungování skutečného světa. Dítě jasně vidí, jak se chovají zlé a jak hodné postavy. Dítěti uspokojují potřebu ztotožnění s hrdinou, což je často postava, která má podobné problémy. Umožní dítěti, aby se akceptovalo i se svými negativními pocity, vlastnostmi a projevy. Ukazuje se zde, že člověk nemůže žít sám pro sebe, ale i v lidském společenství.²⁵

2.2 Lidská (sociální) komunikace

Sociální komunikace je vzájemné sdělování významů mezi dvěma nebo více lidmi, je nezbytnou podmínkou života. Nejvýznamnějšími informacemi, které ovlivňují vztah mezi dvěma nebo více lidmi, jsou vzájemné informace o sdíleném vztahu, které jsou transformovány ve vzájemné pocity a postoje. Informace mohou být předávány bezprostředně a otevřeně, nebo vědomě (předstíráme zájem o člověka, protože víme, že budeme v budoucnu potřebovat jeho pomoc), či nevědomě (zapomeneme přijít na schůzku, protože nepříkládáme vztahu důležitost).

Při komunikaci se střídá role komunikátora (ten, kdo něco sděluje) a role komunikanta (ten, kdo přijímá obsah sdělení). Komunikace se dělí podle druhu užívaných komunikačních prostředků na slovní (verbální) a neslovní (neverbální).²⁶

²⁵ Vágnerová, M. *Vývojová psychologie I, dětství a dospívání*. Praha: Karolinum, 2005. ISBN 80-246-0956-8, s. 186, 187

²⁶ Vízdal, F. *Sociální psychologie I*. Brno: IMS, 2010, s. 94

Mluvená a psaná řeč tvoří základ **verbální komunikace** a je nejfrekventovanějším a nejvýznamnějším komunikačním systémem. Řeč je nejsrozumitelnějším prostředkem a její základní funkcí je zprostředkovat informaci a něco oznámit. V řeči vnímáme vedle obsahu sdělení, logiky, stavby vět, slovní zásoby i barvu hlasu, sílu hlasu, výšku atd. Aby naše mluvené slovo bylo co nejsrozumitelnější pro druhou stranu, je důležité respektovat téma i okolnost, komu je určeno.

Neverbální komunikace je komunikace beze slov. Komunikujeme prostřednictvím pohybů těla, gest a celkovým vzhledem. Většina mezilidské komunikace probíhá spíše neverbální cestou, tzv. řečí těla, prostřednictvím gestikulace, mimiky, tj. držení těla, výraz obličeje, pohled a pohyb očí. Ovládat řeč těla a rozumět jí není snadné. Gesta, která bezmyšlenkovitě děláme, nejen zdůrazňují, co říkáme, ale tlumočí myšlenky, které mluvená řeč nedokáže vyjádřit slovy. Neverbálně člověk vyjadřuje své duševní rozpoložení, pocity, city, prožitky, myšlenky. Rozdíly jsou mezi muži a ženami, mezi dětmi a dospělými.²⁷

²⁷ Sýkora, F. *Úvod do studia předmětu sociální komunikace*. Brno: IMS, 2008, s. 6, 7, 17

3. Média jako socializační prostředek

3.1 Pozitivní a negativní vlivy

Média mají významný vliv na jednotlivce i na celou společnost, ovlivňují chování, postoje, názory jedinců, mohou rozšiřovat obzory poznání, vzdělávání, pomáhat v politickém rozhodování, ovlivňovat životní styl, ale také děsit, vyvolávat napětí, navádět ke společensky nežádoucímu chování nebo uvádět věci v omyl, také mohou přesvědčovat i manipulovat. Na každého jednotlivce má tentýž mediální obsah jiný vliv.

Média působí „na čtyřech různých úrovních současně: jako společenská instituce, jako organizační mašinerie, jako způsob umístování obsahu na scéně a jako prostor, kde recipienti nabývají zkušenosti“.²⁸

Povaha působení je dána rozdílným pohledem na média a mediální komunikaci, hlavně skrze společenskou povahu se jedná o neustále se rozvíjející a proměňující se systém. Média vždy působí jako součást společenského kontextu a „budou jen zřídka kdy jedinou nebo dostatečnou příčinou určitého efektu a je neobyčejně těžké stanovit jejich relativní příspěvek“.²⁹

Rodiče by měli vědět, že pokud jsou jejich děti dlouhodobě vystavovány médiím, má to zdravotní dopady na vývoj mozku, obezitu, zvýšenou agresivitu, předčasnou sexuální aktivitu, užívání drog, alkoholu a špatné školní výsledky. Děti by se měly naučit správné volbě programů a poznat, jaké hodnoty se skrývají v jejich obsahu. Velkou pomoc by jim měli dávat hlavně rodiče, kteří by měli sledovat hodnocení videoher, získávat různé informace o knihách, hudbě, filmech, které jejich dítě sleduje. Dnešní děti hlavně přijímají veškeré informace přes počítač, proto je důležité, aby jejich rodiče kontrolovali, co jejich děti sledují a čím se baví.

Zásadní je pro vliv médií tzv. posilující účinek. O spoustě témat máme jen útržky informací, z nichž si vytváříme domněnky. Pokud nám tyto domněnky média potvrdí,

²⁸ Jirák, J., Köpplová, B. *Masová média*. Praha: Portál, 2009. ISBN 978-80-7367-466-3, s. 321 - 324

²⁹ Jirák, J., Köpplová, B. *Média a společnost*. Praha: Portál, 2007. ISBN 978-80-7367-287-4, s. 151,152

máme tendenci je považovat za pravdu. Tento vliv je velice nebezpečný, protože mediální obsahy mohou zkreslovat skutečný svět a uvádět nás v omyl při rozhodování.

Další negativní vliv médií se zakládá na teorii, že pokud je člověk dlouhodobě vystavován určitým podnětům, brzy si na ně zvykne a začne je považovat za normální, např. násilí v seriálech, filmech a videohrách.

Významným účinkem je tzv. předkládání témat. Média nás neovlivňují pouze snahou měnit naše názory a postoje, ale nabízejí přímo témata, o kterých bychom měli přemýšlet nebo se jimi zabývat. Média tímto způsobem určují, které otázky budou v dané době důležité a které ne, a také do svého obsahu zahrnují jen určitá témata, která mají vyzdvihnout důležitost daného tématu. Účinky předkládaných témat nejsou na každého člověka stejné, můžou velice snadno ovlivnit mínění jednotlivců a následně celé veřejné mínění.³⁰

Vystavování se určitému mediálnímu obsahu může vyvolat změnu ve spotřebitelském chování, např. může podpořit zakoupení určité věci z reklamy, vést k záměně značky za novou a změnit způsob trávení volného času. Můžou nastat změny v komunikačním chování či v chování a postojích k nejbližšímu okolí, např. vystrašený dětský divák se může chovat nedůvěřivě k ostatním lidem.

Další působení médií na chování je nápodoba, tyto úvahy především varují před možností, že ze sociálně nežádoucího jednání se může jedinec naučit jak to či ono provést. Ať už jde o loupežné přepadení, vyloupení banky, benzinové pumpy apod.

„Když se např. nějaký televizní program líbí rodičům, většinou se domnívají, že nemůže škodit ani jejich dětem. To znamená, že pořady, jež zevrubná obsahová analýza označí jako vysoce násilné, mohou být skutečnými diváky vnímány jako vcelku neškodné.“

Vliv médií na chování jednotlivců se netýká jen rizika nápodoby násilných obsahů, ale také rizik nápodoby fyzických vzorů. Týká se to např. mladých dívek, které chtějí

³⁰ Pospíšil, J., Závodná, L. *Mediální výchova*. Computer media s.r.o., 2009. ISBN 978-80-7402-022-3, s. 57, 60

dosáhnout vyzábělých proporcí současných modelek, toto chování vede k narušení stravovacích návyků.³¹

3.2 Kniha

Tištěná média jsou nejstaršími prostředky masové komunikace. Zásadním mezníkem ve vývoji byl vynález knihtisku kolem roku 1450. Můžeme říci, že vznik knihtisku měl revoluční vliv na celý středověk.³²

Zhruba před sto lety byla knížka univerzální součástí dětského světa. I v dnešní přetechnizované době jsou knížky v rodinách zhruba od jednoho roku dítěte standardní výbavou. Dítě se s knihou seznamuje přibližně v 15 měsících, začíná obracením stránek a prohlížením obrázků. Rodiče čtou dětem hlavně pohádkové příběhy a říkanky. Při čtení pohádek dítě vnímá, představuje si a prožívá děj. Rodiče svým dětem předčítají pohádky nejčastěji před usnutím v postýlce, proto i neklidné a nesoustředěné děti si najdou nejvhodnější polohu a uvolní se k poslouchání.

Pohádkové knihy nemluví jen tak obyčejnou řečí, jsou tam nová slova a skladba vět je zvláštní, rodič při předčítání mění intonaci hlasu, který dítě více upoutává k příběhu. Předčítání pozitivně přispívá k vytváření žádoucích návyků a norem chování. V rodině, kde se pravidelně předčítá, je pravděpodobné, že dítě bude v dospělosti číst pohádky i svým dětem.³³

3.3 Televize jako nejmocnější médium a její vliv na děti

Televize vznikla z již existujících technologií, tj. z telefonu, telegrafu, nahrávání, reprodukce zvuku a pohyblivé fotografie. Na počátku se obsah těchto médií hledal, vyvíjel a do velké míry kopíroval obsah původních starých médií, které vlastně dosud kopíruje. Jsou to noviny (zpravodajství), filmy (zábava) a zvukové nosiče

³¹Jiráček, J., Köpplová, B. *Masová média*. Praha: Portál, 2009. ISBN 978-80-7367-466-3, s. 360 - 361

³²Pospíšil, J., Závadná, L. *Mediální výchova*. Computer media s.r.o., 2009. ISBN 978-80-7402-022-3, s. 38

³³Matějček, Z. *Prvních 6 let ve vývoji a výchově dítěte*. Praha: Grada Publishing, 2005. ISBN 80-247-0870-1, s. 157 - 160

(hudba). V Československu začala televize vysílat pravidelně až od roku 1953. Televize přenáší audiovizuální signál, tj. společně zvuk s obrazem.³⁴

Barevný obraz se zvukem je nejpřitažlivější médium, nabízí nejvíce podnětů pro naše smysly a není to taková námaha jako čtení nebo soustředěné poslouchání. Na televizoru máme stále více a více kanálů, ze kterých si můžeme prakticky vybírat 24 hodin denně. Můžeme sledovat vzdělávací programy, přírodopisné filmy, soutěže, sportovní záznamy, filmy a seriály různých žánrů, pořady pro děti, pohádky apod. Stále více dospělých i dětí tráví volný čas sledováním televizních programů.

Pro zdravý vývoj dětí je nutné zajistit, aby se dívaly jen na pořady, které jim prospívají. Měli bychom je naučit vybírat si jen ty správné. Televizní pořady pro nejmenší děti jsou poměrně nevinné, je tu méně krve, ale pozor, přesto se tu nachází nejvíce násilí. Jsou to rvačky, honičky, bitky, výprasky, nadávky, střílečky v oblíbených kreslených seriálech, např. Tom a Jerry, Jen počkej zajíci, Bolek a Lolek.

Když děti sledují akční film, jsou nápadně hodné a soustředěné. Násilí na obrazovce především láká k napodobování hlavních hrdinů. Děti například zkoušejí šikanovat bezbranné spolužáky, ale i když to přímo nenapodobují, oslabuje se jich schopnost soucitu a probouzí se zalíbení v krutosti a ničení věcí. U jiných dětí může vyvolávat přílišný strach z násilí a zbabělé chování. Děti, které mají bezpečné citové zázemí, jsou méně ohroženy a zpravidla odolnější vůči negativním vlivům.

„Děti obojího pohlaví, každého věku, každé rasy, z každé společenské vrstvy, na každém stupni inteligence mohou být nepříznivě ovlivněny sledováním násilných pořadů na obrazovce.“³⁵

³⁴ Pospíšil, J., Závodná, L. *Mediální výchova*. Computer media s.r.o., 2009. ISBN 978-80-7402-022-3, s. 41, 42

³⁵ Říčan, P., Pitharová, D. *Krotíme obrazovku: Jak vést děti k rozumnému užívání médií*. Praha: Portál, 1995. ISBN 80-7178-084-7, s. 11 - 19

3.3 Internet

Počítače měly původně lidem sloužit jako výkonnější počítaací stroje a neměly sloužit jako prostředky pro komunikaci mezi lidmi. S propojením počítačů do sítí se staly významným komunikačním nástrojem. Nejmasovější celosvětovou sítí je internet. Na rozdíl od novin, rozhlasu a televize sděluje internet neutříděné a neupravované informace nejrůznějších žánrů.³⁶

V posledním desetiletí 20. století došlo díky digitalizaci k velkému rozvoji komunikačních možností nabízených počítači a počítačovými systémy propojenými do nejrůznějších sítí. Nejvýznamnější je celosvětová síť internetu a s ním spojený *World Wide Web (www)*, který zprostředkovává rychlou výměnu dat a pomáhá ve vyhledávání nejrůznějších textů.

*Podle některých autorů se v zásadě jedná spíše o zvláštní typ **nefyzikálního prostoru**, v němž se mohou realizovat nejrůznější typy komunikace jako ve fyzikálním prostředí, v němž se běžně pohybujeme. William Gibson použil v roce 1984 pro označení podobného prostoru výraz „kyberprostor“ a charakterizoval ho slovy „...není to opravdový prostor, není to skutečné místo. Je to myšlený prostor“.³⁷*

Další nejznámější poskytovanou službou internetu je e-mail (elektronická pošta) a on-line komunikace (přímá a živá komunikace mezi uživateli), která se uskutečňuje vždy v reálném čase.

Společenský prostor na internetu se nazývá sociální síť, která umožňuje komunikovat s ostatními uživateli, za nejznámější můžeme považovat Facebook. Využívání této sítě můžeme chápat jako specifickou část životního stylu. Spousta uživatelů si neuvědomuje nebezpečí internetu. Pro bezpečné užívání je důležité zabezpečení počítače a dat na něm uložených. Z tohoto důvodu by rodiče měli vědět, jaké stránky děti sledují a s kým jsou v kontaktu přes sociální síť.

³⁶ Výrost, J., Slaměnik, I. *Aplikovaná sociální psychologie I*. Praha: Portál, 1998. ISBN 80-7178-269-6, s. 153-155

³⁷ Jirák, J., Köpplová, B. *Média a společnost*. Praha: Portál, 2007. ISBN 978-80-7367-287-4, s. 195-198

V rámci prevence je 10. únor každého roku vyhlášen mezinárodním Dnem bezpečného internetu.

*„Den bezpečného internetu si klade za cíl představit a podpořit bezpečné užívání internetu, on-line technologií a mobilních telefonů i boj proti nelegálnímu nebo škodlivému obsahu a chování na internetu“.*³⁸

3.4 Reklama

Reklama nás provází každodenním životem, vnímáme ji, bavíme se o ní, některá nás rozzlobí, jiná zase pobaví. Slovo reklama pochází z latinského slova „reclamare – veřejné doporučení něčeho“. Ve středověku se trhovci snažili tímto způsobem přilákat zákazníky a prodat jim své zboží.

Reklama se šíří za pomoci novin, časopisů, televize, rozhlasu, plakátovací plochy atd., dokáže oslovit široký okruh veřejnosti. Nejčastěji je využívána při zavádění nového zboží na trh. Na počátku má reklama za úkol informovat se snahou získat zájem a poptávku, potom přesvědčit zákazníka o výhodnosti produktu a nakonec ho přimět ke koupi. Cílem je hlavně připomínat, aby se udržela v povědomí a zákazník si na ni vzpomněl právě při rozhodování o nákupu.

Nejsledovanější reklama je uváděná v televizi, podle odborných výzkumů ji denně v České republice sleduje 85 % populace. Divák se dívá na televizi průměrně 219 minut denně, proto má televizní reklama velký předpoklad v potencionálních zákaznících. Televizní reklama dokáže oslovit široký okruh veřejnosti. V současné době snad není rodina, která by nevlastnila televizi. Je to dáno dnešním stylem života, rodina se většinou sejde až večer u televize. Reklamu sledují i lidé, kteří nečtou noviny a neposlouchají rozhlas.

„Reklama nás často obtěžuje, ale musíme si uvědomit, že bez reklamy by fungování komerčních televizí, rádií, novin, ale i mnoha internetových serverů nebylo vůbec možné. Reklama stimuluje konkurenci a dává zákazníkovi možnost volby.“

³⁸Pospíšil, J., Závodná, L. *Mediální výchova*. Computer media s.r.o., 2009. ISBN 978-80-7402-022-3, s. 79-86

Reklama se nás snaží jen přesvědčovat, ale nemůže nás zmanipulovat, ovlivnit naše vědomí a přinutit nás ke koupi výrobku. Lidé jsou obdařeni svobodnou vůlí, která nám umožňuje správně se rozhodnout, zda reklamu poslechneme nebo ne. V dnešní době jsou lidé čím dál častěji ovlivnitelní a to je problém. Je na nás, jak se k manipulaci reklamou postavíme.

*„...žít podle vůle někoho jiného je pro hrstku lidí peklem, pro mnohé nutností, pro většinu však tím největším štěstím...“.*³⁹

³⁹Pospíšil, J., Závodná, L. *Mediální výchova*. Computer media s.r.o., 2009. ISBN 978-80-7402-022-3, s. 49-56

II. Praktická část

4. Výzkumné šetření

4.1 Cíle výzkumného šetření

V bakalářské práci jsem se zabývala otázkou, jaký je vztah médií a dítěte a do jaké míry média ovlivňují děti předškolního věku.

Cílem průzkumu bylo zjistit, zda mají média na děti předškolního věku více či méně pozitivní nebo negativní vliv. Zda rodiče a učitelky v mateřské škole využívají pozitivního vlivu médií a vysvětlují dětem i jejich negativní vliv. Snaží-li se dětem číst, vyprávět, vysvětlovat nebo jim pustí televizi a nechají je orientovat ve světě samotné.

V dotazníkovém šetření jsem se snažila zjistit, které médium dítě preferuje, kolik času mu věnuje, jestli rodiče a učitelky stimulují děti ke správnému využívání médií.

4.2 Metoda výzkumu

Zvolila jsem empirický výzkum, který jsem realizovala formou anonymního dotazníkového šetření. Tato forma se používá nejčastěji k získávání údajů pomocí písemných otázek. Po formální stránce je dotazník druhem standardizovaného rozhovoru. Rozhovor je časově náročnější a může být značně subjektivní. Z dotazníků můžeme získat objektivnější údaje než z rozhovoru. Dotazníková metoda je určena pro získávání hromadných údajů od velkého počtu osob v poměrně krátkém čase. Při sestavování dotazníku je nutné dbát hlavně na srozumitelnost otázek a mít ho přizpůsobený ke skladbě respondentů.

Otázky používané v dotaznících jsou:

- **uzavřené** - výběr pouze jedné odpovědi, např. ANO – NE,
- **otevřené** - větší možnost volby, např. forma otázek v podobě nedokončených vět,
- **škálové** - jsou to posuzovací stupnice, např. zaškrťovací seznamy, numerická posuzovací škála.

4.3 Výsledek výzkumného šetření

Pro své výzkumné šetření jsem vypracovala dva druhy dotazníků, jeden byl určen rodičům dětí, které navštěvují mateřskou školku, a druhý učitelkám mateřské školky. Dotazník pro rodiče obsahoval 14 otázek, dotazník pro učitelky 15 otázek. Oslovila jsem dvě mateřské školky v místě mého bydliště, po domluvě jsem osobně předala dotazníky ředitelkám mateřských škol a požádala je o jejich vyplnění a předání rodičům dětí. Na vyplnění dotazníku měli čtrnáct dnů. Bylo rozdáno 80 dotazníků rodičům předškolních dětí a 12 dotazníků učitelkám. Z rozdaných dotazníků se vrátilo 62 dotazníků od rodičů a 11 dotazníků od učitelek.

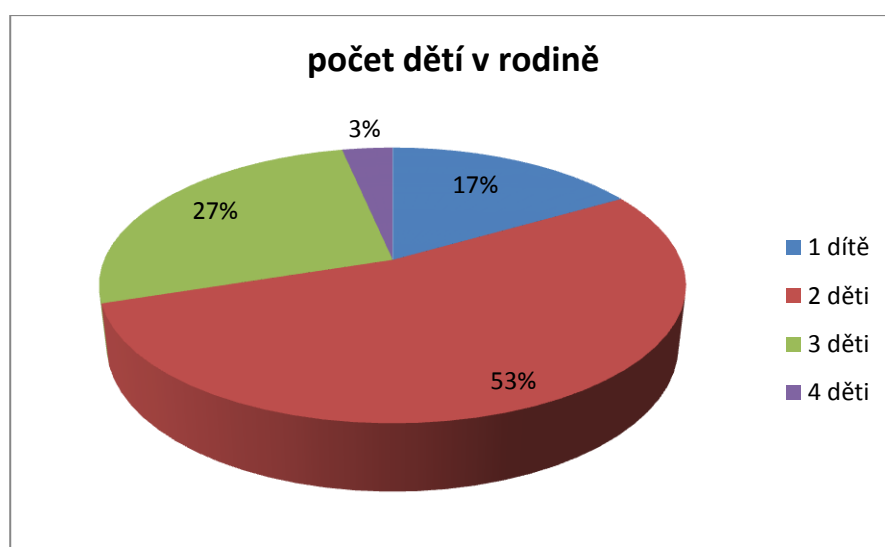
Dotazníky jsou součástí bakalářské práce jako příloha č. 1 a č. 2.

4.3.1 Vyhodnocení dotazníků určených pro rodiče

Věk předškolních dětí se pohyboval od 5 do 8 let:

- 5-ti letých dětí - 32
- 6-ti letých dětí - 26
- 7 letých dětí - 3
- 8 leté dítě - 1

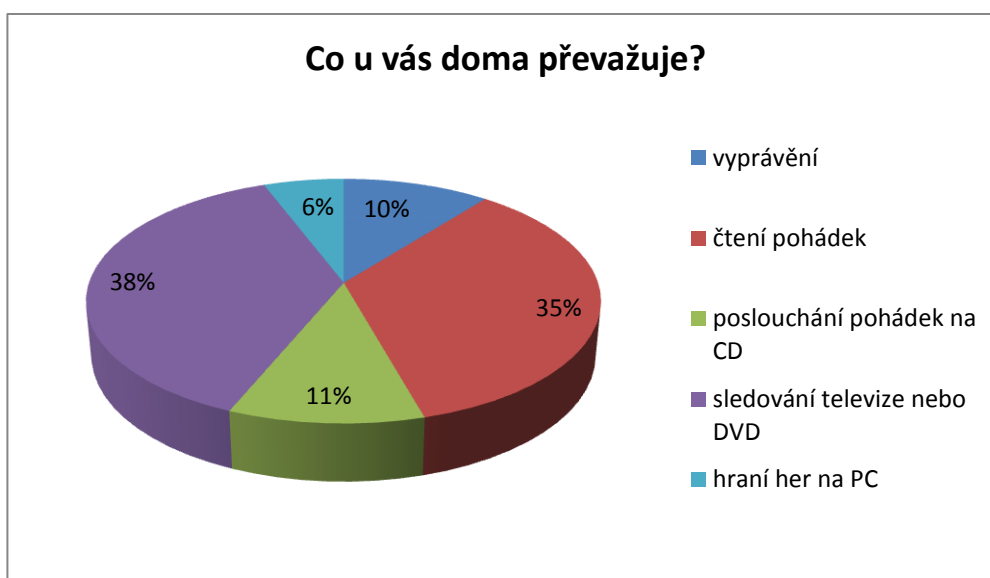
Ve zkoumaných mateřských školách bylo 42 chlapců a 20 děvčat. Všichni předškoláci byli většinou z rodin, které mají dvě děti, což tvoří 53 %.



Na uvedené otázky měli rodiče odpovědět pouze jednou odpovědí z uvedených možností, která je u nich nejvíce zastoupena. Pokyny pro vyplnění dotazníku dostali rodiče při předávání. Většina rodičů téměř u všech otázek vybrala více jak jednu možnost, anebo vybrala všechny možné varianty.

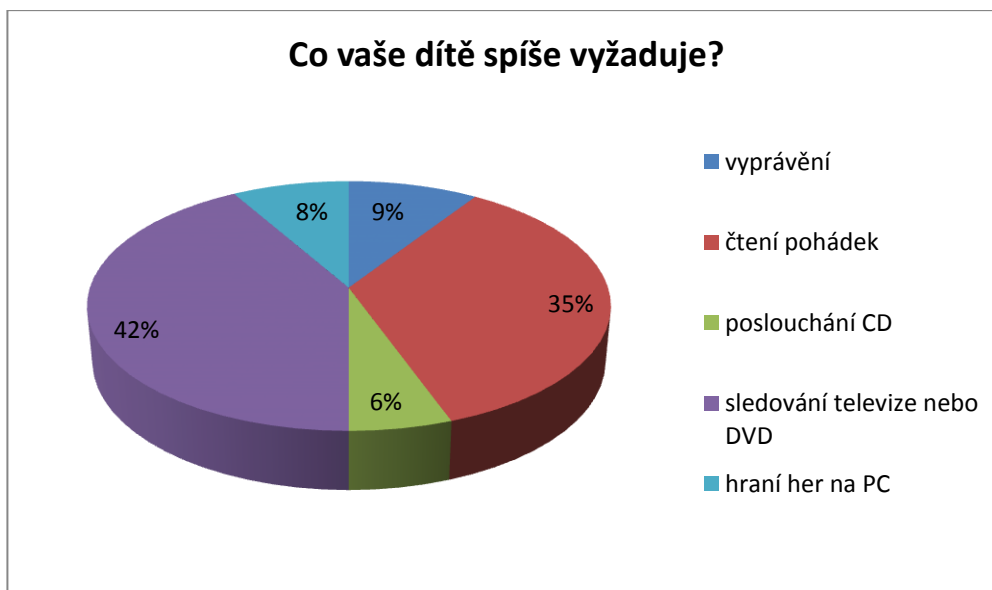
Otázka č. 1 – Co u vás doma převažuje?

Z grafu je jasné, že sledování pohádek v televizi nebo na DVD má o 3 % větší zastoupení, než čtení pohádek. Z tohoto usuzuji, že většina rodičů raději svým dětem pohádku pustí v televizi nebo na DVD. Je to pro ně snazší, než aby jim pohádku přečetli nebo ji vyprávěli. Asi je to dáno současnou uspěchanou dobou, kdy rodiče mají na své děti stále méně času.



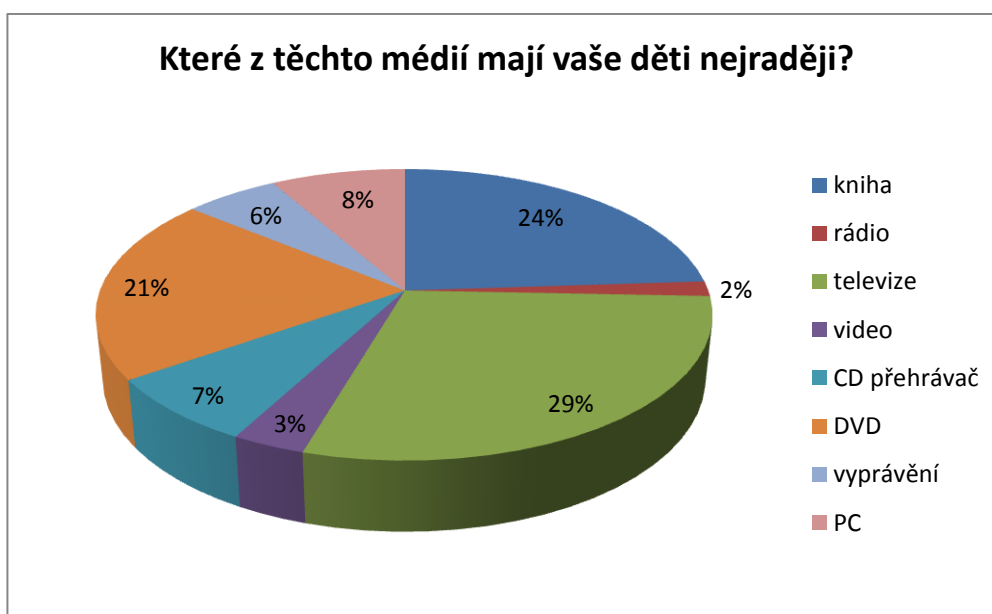
Otázka č. 2 – Co vaše dítě spíše vyžaduje?

Z druhého grafu je zřejmé, jako u předchozí otázky, že děti nejvíce vyžadují sledování televize nebo DVD. Na druhém místě je čtení pohádek. V televizi dítě vidí, jak vypadá princezna, princ, král, drak a další pohádkové postavy, ale při čtení pohádek musí zapojit svoji fantazii, což kolikrát není jednoduché, např. si představit krajinu, zlou nebo hodnou postavu. Při sledování televize dítě vše vidí a je to pro něj jednodušší, protože má vše názorně a srozumitelně ukázáno.



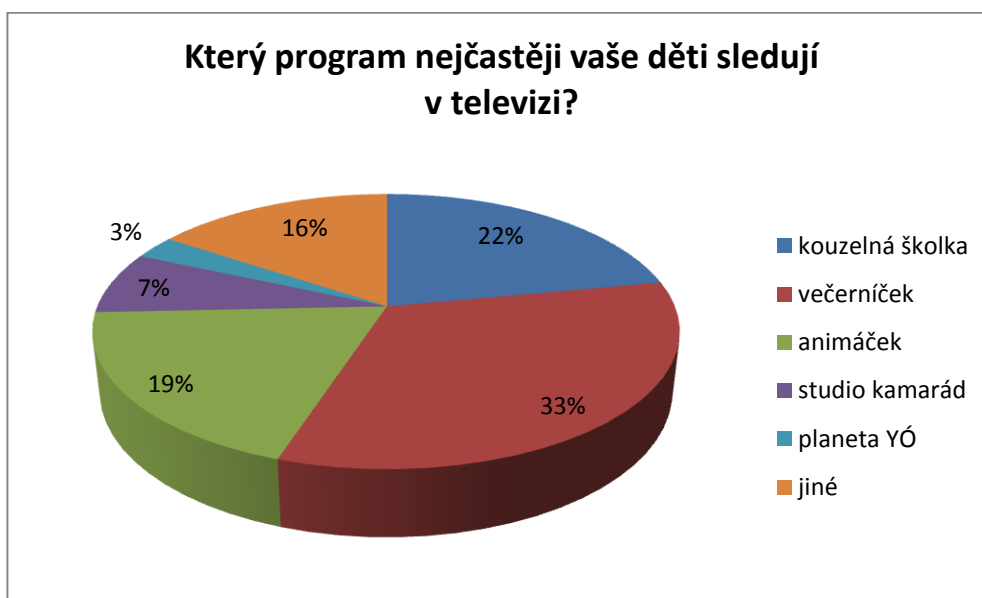
Otázka č. 3 – Které z těchto médií mají vaše děti nejraději?

V tomto grafu opět děti upřednostňují televizi v 29 % před knihou v 24 % a DVD 21 %. Pro děti je televize nejpoutavější médium, ze kterého čerpají nejvíce informací z různých oblastí. V televizi nesledují jen pohádky a vzdělávací programy pro děti, ale i reklamy, které sledují společně s rodiči. V dnešní době je sezení u televize jakýmsi rituálem. Většina rodin se sejde až večer před televizí, sledují vše, co jim může televize nabídnout, a při tom si sdělují celý průběh dosavadního dne.



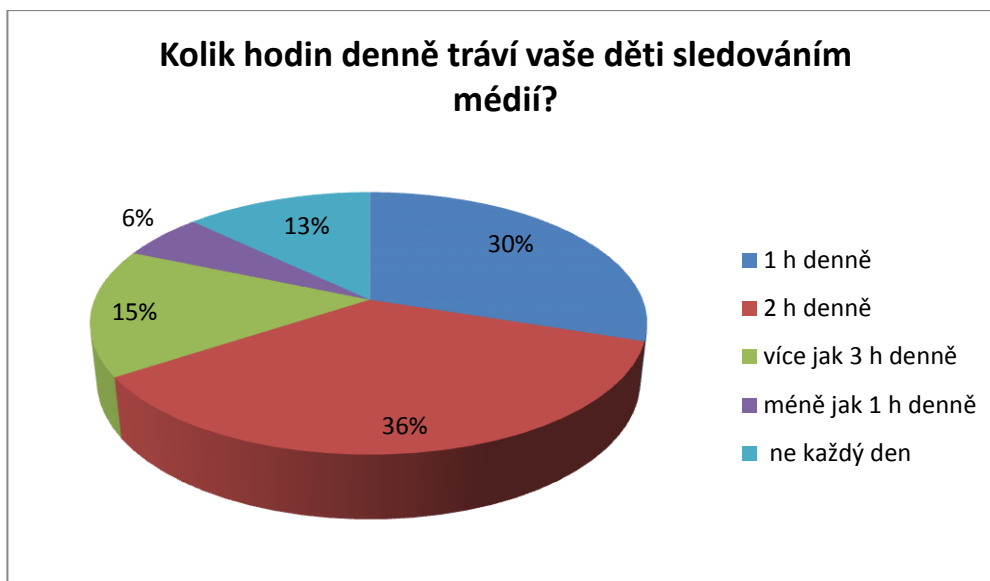
Otázka č. 4 – Který program nejčastěji vaše děti sledují v televizi?

U této otázky měli rodiče vybrat jednu z nabízených možností nebo uvést jiný program, který děti sledují nejčastěji. Největší zastoupení má večerníček s 33 %, potom kouzelná školka s 22 %, na třetím místě je animáček s 19 %, dále 16 % získaly jiné pořady, dva a méně hlasů získali: Simpsonovi, Bořek stavitel, prasátko Pepina, mašinka Tomáš, Angelina balerína, minimax, pohádky na CS filmu, Jim Jam, Disney Channel, Četnické humoresky, Boomerang, nedělní pohádky na ČT 1, pohádky na DVD. Studio kamarád získalo 7 % a nejméně hlasů obdržela planeta YÓ – 3 %. Z grafu se mi potvrdilo, že děti v tomto věku nejvíce milují kreslené pohádky a dávají jim přednost před ostatními pořady.



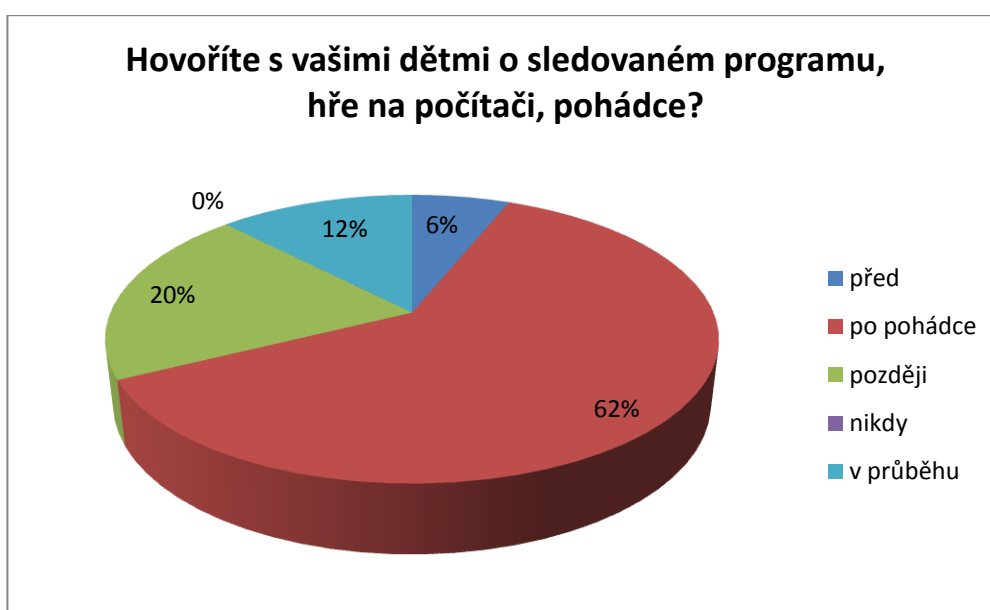
Otázka č. 5 – Kolik hodin denně tráví vaše děti sledováním televize, DVD, CD, čtení, vyprávění, PC?

Tato otázka měla zjistit, kolik hodin denně děti sledují média. Z průzkumu vyplývá, že 36 % dětí tráví dvě hodiny denně u nějakého média, většinou u televize nebo u předčítání knihy, 30 % uvedlo jednu hodinu denně a 15 % více jak tři hodiny denně. 13 % rodičů vyznačilo, že jejich děti nesedí u médií každý den. A když tráví volný čas, média střídají, např. 0,5 h u televize, 0,5 h u DVD, 0,5 h čtení, vyprávění.



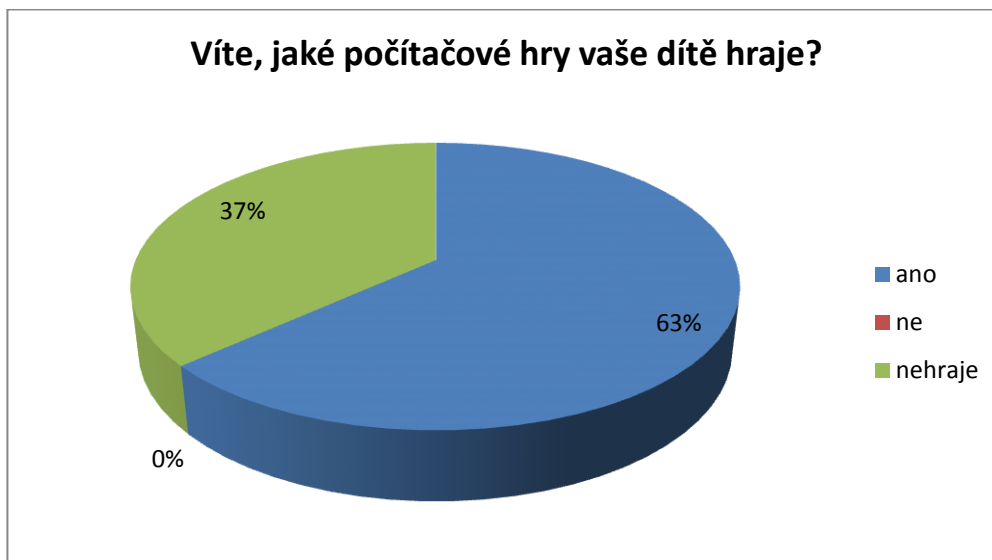
Otázka č. 6 – Hovoříte s vašimi dětmi o sledovaném programu, hře na počítači, pohádce (čtené i sledované v televizi)?

Z následující otázky lze usoudit, že většina rodičů sleduje pořady společně s dětmi a hovoří s nimi o sledovaném programu. 62 % rodičů hovoří s dětmi až po sledovaném programu, 20 % později, 12 % v průběhu sledování a 6 % před programem. Pro dítě je důležité hovořit vždy o sledovaném programu, aby si srovnalo přijaté informace a bylo mu vysvětleno, čemu zrovna nerozumí. Dítě je schopné převzaté informace použít v běžném životě.



Otázka č. 7 – Víte, jaké počítačové hry vaše dítě hraje?

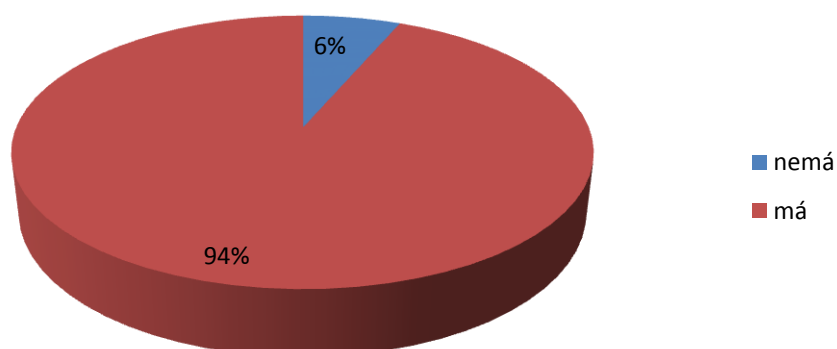
Z tohoto grafu je zřejmé, že většina rodičů ví, jaké hry hraje jejich dítě na počítači. 63 % rodičů odpovědělo ano a 37 % rodičů odpovědělo, že jejich dítě nehraje žádné hry nebo vůbec nevlastní počítač.



Otázka č. 8 – Myslíte, že mají média (televize, čtení pohádek, PC hry, reklama) vliv na výchovu a správný vývoj vašeho dítěte?

94 % rodičů odpovědělo na danou otázku, že média mají kladný vliv na výchovu a správný vývoj. K této otázce někteří rodiče doplnili, že má i negativní vliv. Ve většině případů označili všechny možné varianty uvedené v dotazníku (rozdívá řeč, slovní zásobu, fantazii, pomáhá při vysvětlování problémů). 6 % rodičů je přesvědčeno, že média nemají žádný vliv, a ani nepřipojili žádný komentář. Jen jeden rodič uvedl, že má vliv jen čtení.

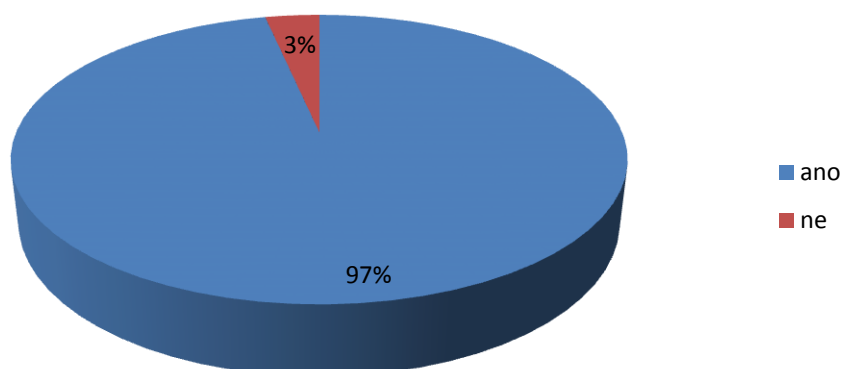
Myslíte, že mají média vliv na výchovu a správný vývoj vašeho dítěte?



Otázka č. 9 – Považujete za důležité, aby se knihy staly nedílnou součástí dětství každého dítěte?

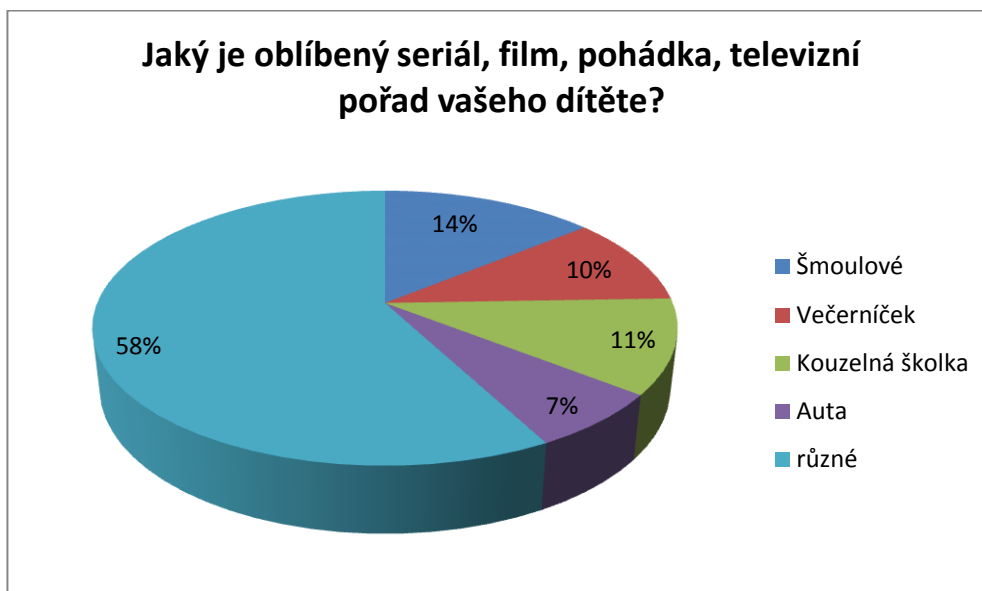
97 % rodičů souhlasilo s kladnou odpovědí na uvedenou otázku a 3 % rodičů odpověděla záporně. Ke své odpovědi nikdo z rodičů nepřipojil žádný komentář.

Považujete za důležité, aby se knihy staly nedílnou součástí dětství každého dítěte?



Otázka č. 10 – Jaký je oblíbený seriál, film, pohádka, televizní pořad vašeho dítěte?

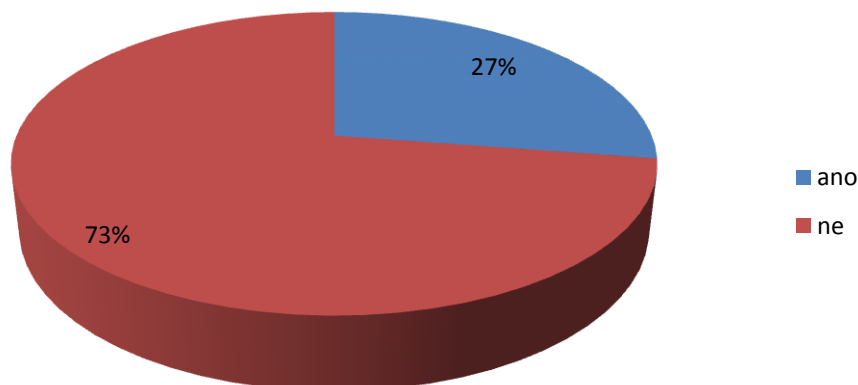
K uvedené otázce jsem nepřipojila žádné možnosti, záleželo na uvážení rodičů. Většina rodičů vypsala několik názvů. Z tohoto grafu lze usoudit, že 58 % dětí má různé oblíbené pohádky a filmy. Vzhledem k rozmanitému seznamu uvádím jen některé z nich: Ratatouille, Shrek, Příšerky s.r.o., Simpsonovi, Bakugan, Gormiti, Spiderman, Jurský park, Scooby Doo, Jen počkej zajíci, Krteček, filmy s T. Holým, Nemo, Včelí medvídci, Madagaskar, Harry Potter atd. U 14 % dětí je oblíbený kreslený seriál Šmoulové, u 11 % vede Kouzelná školka, u 10 % večerníček a u 7 % kreslený film Auta.



Otázka č. 11 – Koupíte vašemu dítěti hračku z televizní reklamy, i když ji nutně nepotřebuje?

Většina z dotázaných rodičů uvedla, že se nenechává ovlivnit žádnou reklamou ani naléháním dítěte – 73 %. Pouze 27 % rodičů v dotazníku uvedlo, že reklamě podlehne.

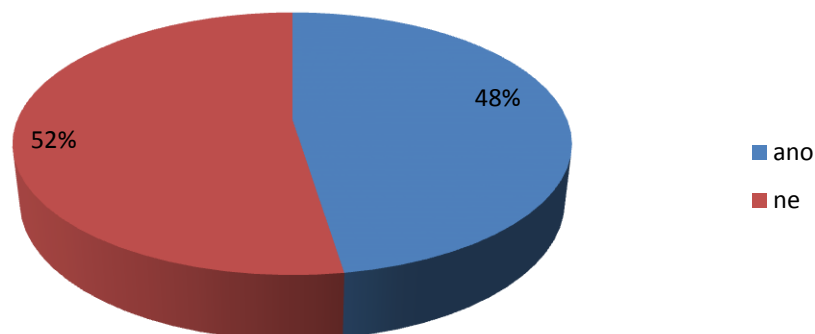
**Koupíte vašemu dítěti hračku z televizní reklamy,
i když ji nutně nepotřebuje?**



Otázka č. 12 – **Koupíte si potravinářské výrobky pro děti, které jsou uváděny v poutavých reklamách (např. kinder řez, pribináček, gumové bonbóny Haribo atd.)?**

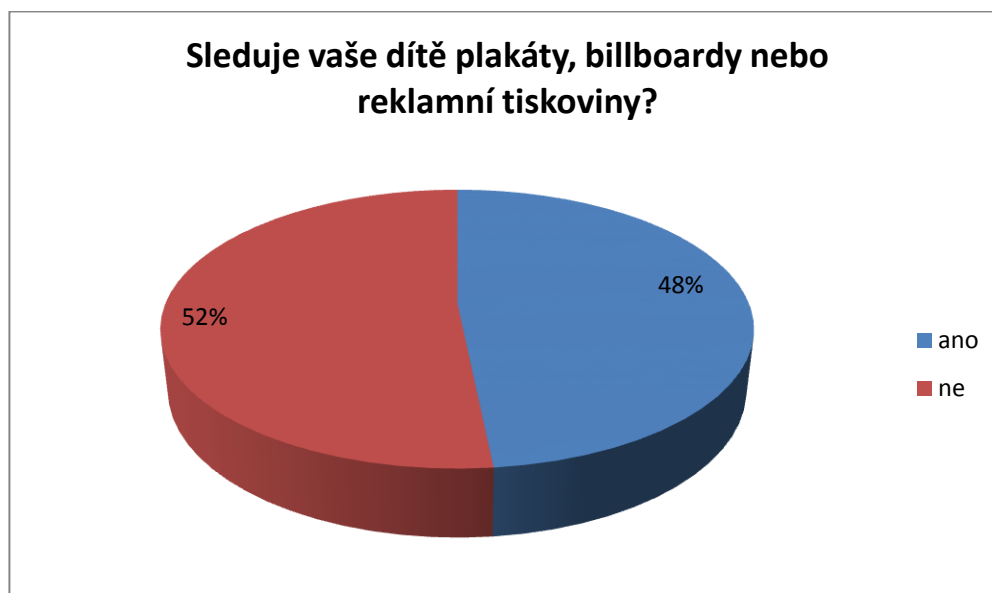
Otázka 12 měla obdobný charakter jako předchozí, ale s tím rozdílem, že byla zaměřena na potravinářské výrobky pro děti. V tomto případě se ovlivnitelnost vyrovnává. 48 % rodičů koupí dětem výrobky z reklamy a 52 % nekoupí. U některých odpovědí byly uvedeny komentáře: některé koupí, někdy, spíše ne, občas.

**Koupíte si potravinářské výrobky pro děti, které
jsou uváděny v poutavých reklamách (např. kinder
řez, pribináček, gumové bonbóny Haribo atd.)?**



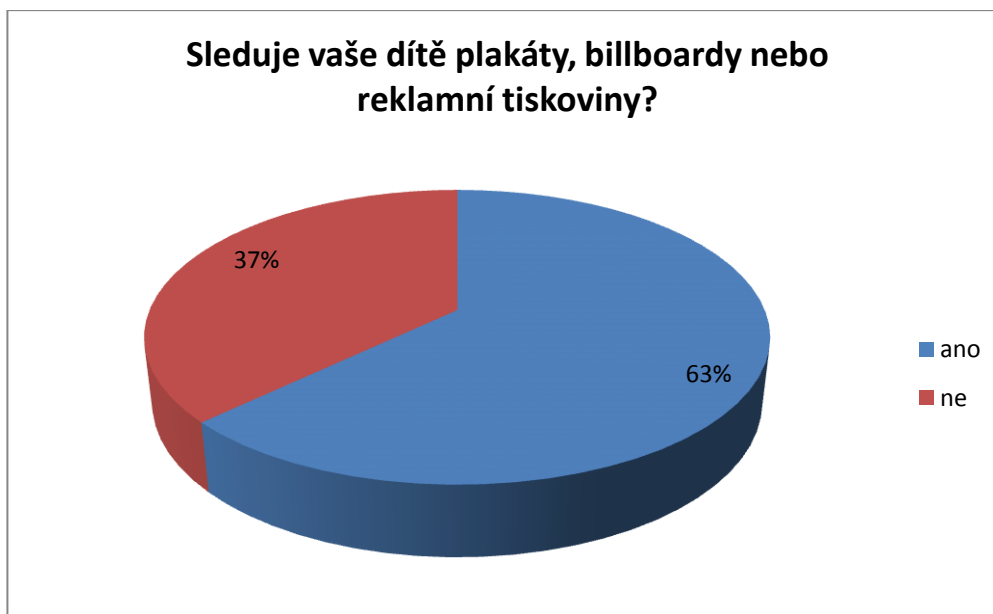
Otázka č. 13 – Sleduje vaše dítě plakáty, billboardy nebo reklamní tiskoviny?

Položením této otázky jsem chtěla zjistit, zda děti sledují svoje okolí. Ukázalo se, že sledovanost s nesledovaností je vyrovnaná, 48 % dětí sleduje svoje okolí a 52 % ho nesleduje.



Otázka č. 14 – Myslíte, že plakáty, billboardy nebo reklamní tiskoviny ovlivňují vaše dítě?

Tato otázka navazuje na předchozí, jen s tou obměnou zda reklamy ovlivňují děti. Více jak polovina rodičů, a to 63 %, odpověděla ano a 37 % odpovědělo ne. Pokud odpověděli ano, většina respondentů připojila k této problematice i komentář. Některé vybrané komentáře rodičů: Myslí si, že to, co je v reklamě, je to jediné správné. Nesvobodné myšlení. Závist, chtíč. Dítě přehnaně reaguje na reklamu. Reklamu dítě vnímá spíše podvědomě. Chce všechno, co tam vidí – spíše negativní vliv.



4.3.2 Vyhodnocení dotazníků určených pro učitelky

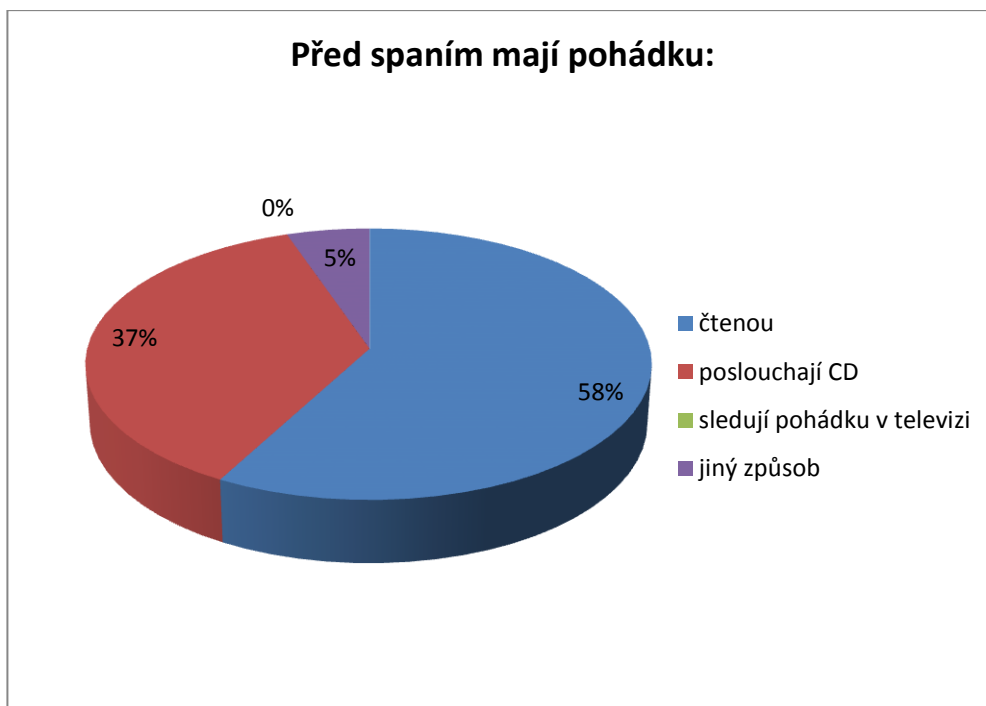
Druhý typ dotazníku byl určen učitelkám mateřských škol. Ve dvou mateřských školách bylo rozdáno 12 dotazníků, vrátilo se 11. Jedna paní učitelka neměla zájem o vyplnění dotazníku.

Otázka č. 1 – Poslouchají děti před spaním v mateřské škole pohádky?

Na uvedenou otázku odpověděly všechny učitelky ano, tj. 100 %. Při mé praxi v mateřské škole jsme dětem každý den před spaním četly pohádku, většinou po domluvě s dětmi. Dětem se lépe odpočívalo a některé děti rychleji usnuly.

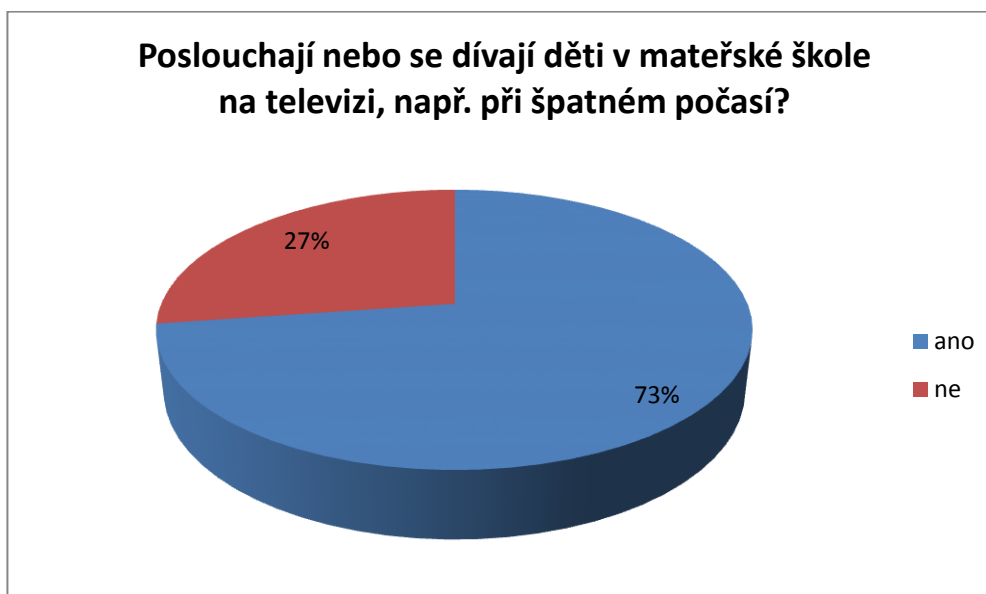
Otázka č. 2 – Před spaním mají pohádku: čtenou – poslouchají CD – sledují pohádku v televizi / jiný způsob.

Ve většině případů, tj. v 58 %, poslouchají děti před spaním pohádku čtenou paní učitelkou, 37 % dětí poslouchá pohádku na CD a 5 % poslouchá pohádku z gramofonové desky a kazety MC. Většina učitelek zaškrtnula dvě možnosti – čtení a poslech CD. Žádná z učitelek nevyužívá televizi před spaním, což považuji za velmi rozumné.



Otázka č. 3 – Poslouchají nebo se dívají děti v mateřské škole na televizi, např. při špatném počasí?

73 % učitelek souhlasilo se zněním uvedené otázky. Paní učitelky přidaly k této odpovědi komentář: dívají se na televizi jen při špatném počasí (na výchovné pořady), občas a velmi málo. 27 % dětí se na televizi v mateřské škole nedívá.



Otázka č. 4 – Nacvičujete s dětmi nějaké pohádky na různá vystoupení?

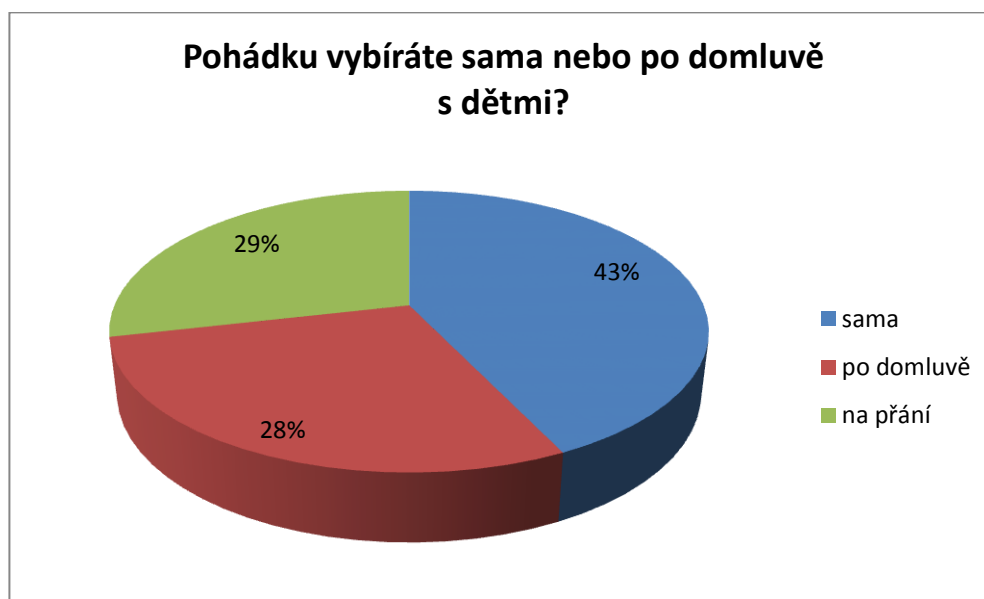
Celých 100 % učitelek odpovědělo, že s dětmi nacvičují pohádky na různá představení. Paní učitelky neuvedly žádný příklad.

Otázka č. 5 – Znájí děti pohádky z domova?

Opět celých 100 % učitelek odpovědělo, že děti znají pohádky již z domova. Jedna paní učitelka uvedla, že děti méně znají klasické pohádky.

Otázka č. 6 – Pohádku vybíráte sama nebo po domluvě s dětmi?

U této otázky využily učitelky při odpovědi buď jednu, dvě nebo všechny tři možnosti. Ve 43 % vybírá pohádku paní učitelka sama, ve 28 % po domluvě s dětmi a ve 29 % je vybrána pohádka na přání dětí. Z mé zkušenosti z praxe střídají všechny uvedené možnosti v dotazníku.

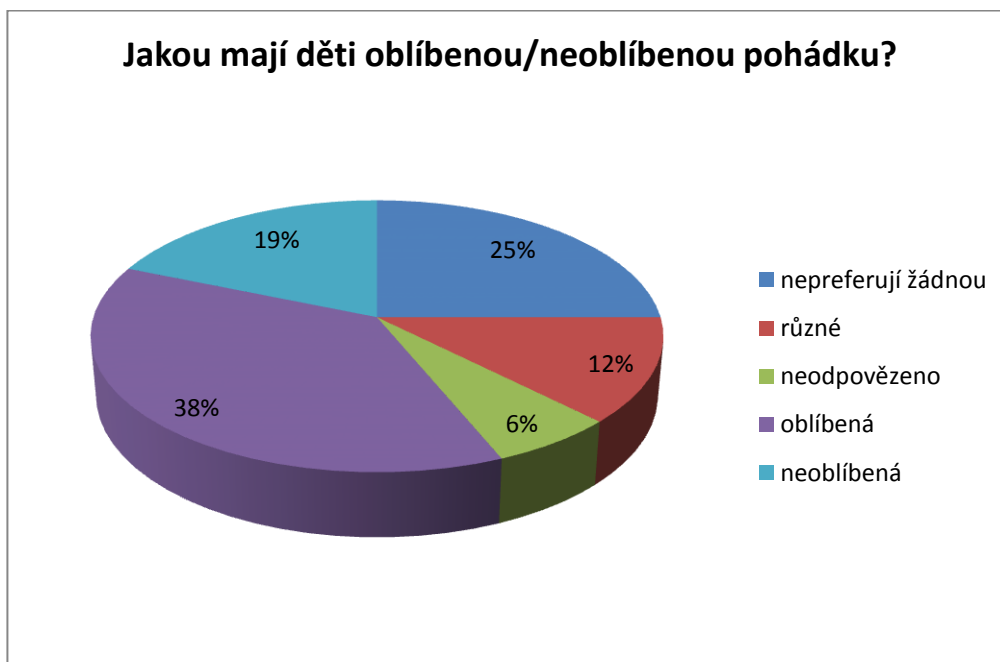


Otázka č. 7 – Hovoříte s dětmi o pohádkách, reklamách, filmech?

100 % učitelek hovoří s dětmi o pohádkách, reklamách a filmech, žádná z nich nepřipojila žádný komentář.

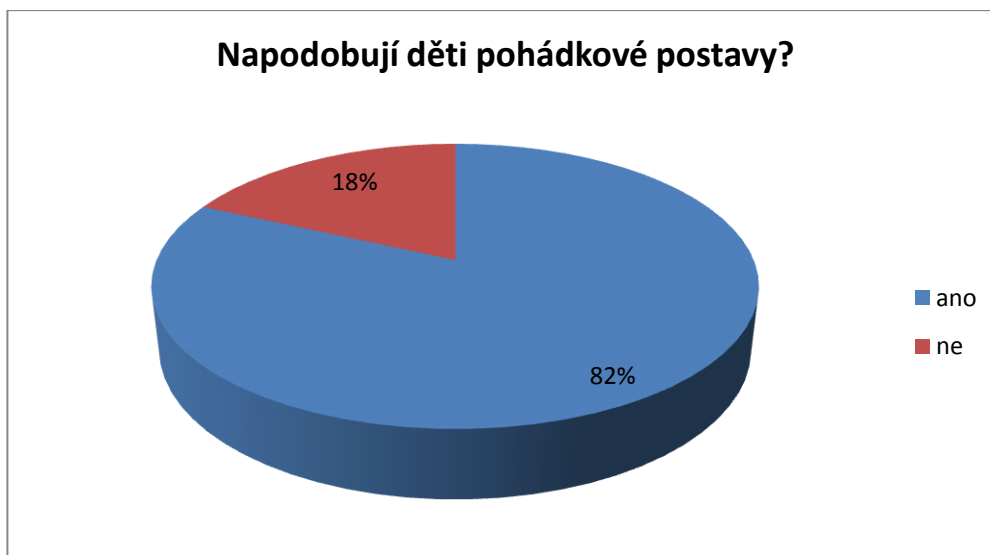
Otázka č. 8 – Jakou mají děti oblíbenou/neoblíbenou pohádku?

K této otázce paní učitelky uvedly oblíbené postavy dětí, jsou to: Hurvínek, Krteček, Mach a Šebestová, Tom a Jerry, všechny pohádky, kde je kladný hrdina. O zvířátkách, O pejskovi a kočičce, jak vařili dort, O perníkové chaloupce, O kůzlátkách, Káťa a Škubánek, O klukovi z plakátu, tuto část tvoří 38 %. 25 % dětí nepreferuje žádnou oblíbenou a ani neoblíbenou postavu, 19 % tvoří neoblíbené postavy, paní učitelky uvedly tyto: strašidelné postavy a Červenou Karkulku nebo neví, jakou mají neoblíbenou postavu. 12 % učitelek uvedlo, že na uvedenou otázku nedovedou jednoznačně odpovědět a 6 % učitelek na uvedenou otázku neodpovědělo.



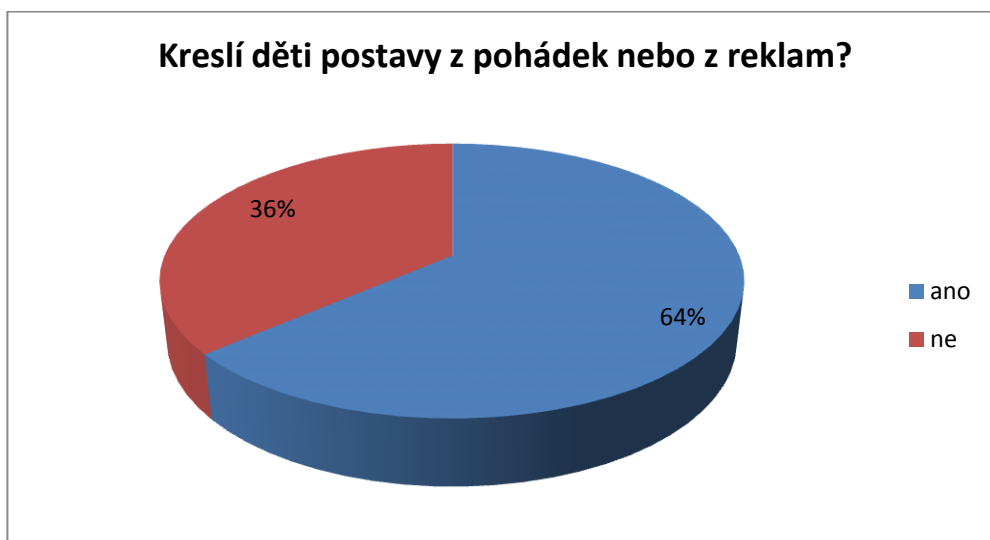
Otázka č. 9 – Napodobují děti pohádkové postavy?

V 82 % odpověděly, že děti napodobují pohádkové postavy a uvedly tyto: vojáky, námořníky, princezny, tanečnice, zvířátka, rytíře, piráty, Ninja, Bakugan, Spiderman, Šmouly, hlasy, texty z reklamy (např. mňam, mňam Bobík, Paula, to je hvězda), vánoční reklamu na kofolu. 18 % učitelek uvedlo, že děti nenapodobují pohádkové postavy.



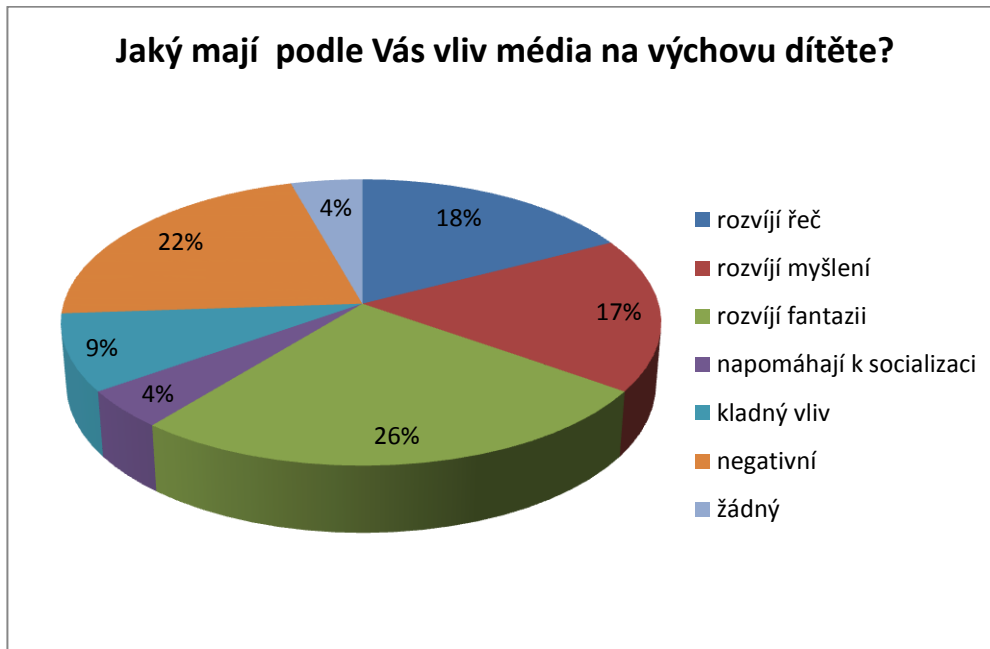
Otázka č. 10 – Kreslí děti postavy z pohádek nebo z reklam?

64 % učitelek uvedlo, že děti kreslí postavy z pohádek nebo reklam a uvedly tyto: nejvíce měli zastoupení princezny, princové, Spiderman, Král, bojovník. Jedna paní učitelka uvedla, že děti samy od sebe kreslí velmi málo postavy z pohádek a spíše kreslí až na popud paní učitelky. 36 % uvedlo, že děti nekreslí, a neuvedly žádný komentář.



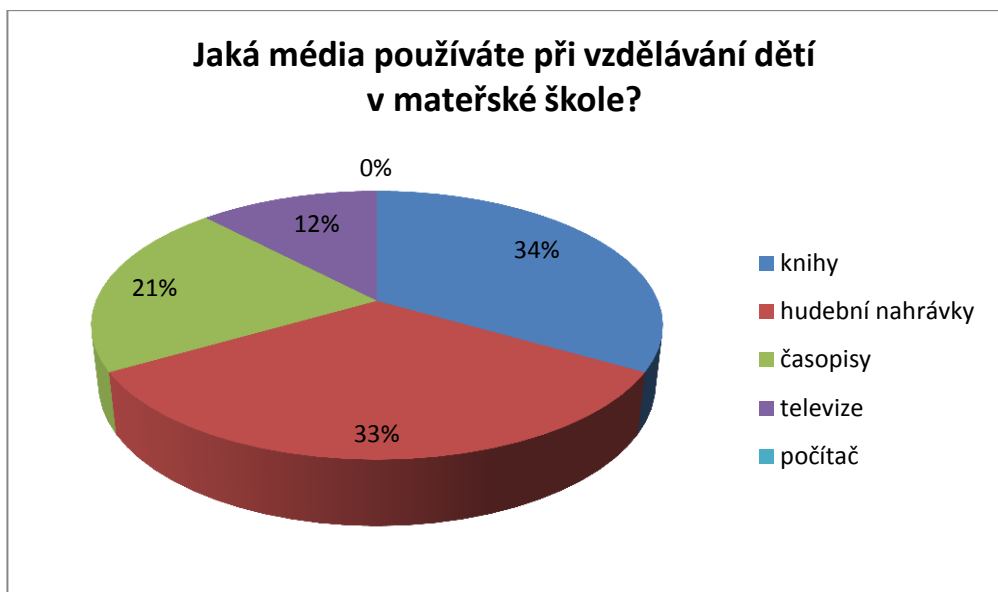
Otázka č. 11 – Jaký mají podle Vás vliv média na výchovu dítěte?

U této otázky měly paní učitelky na výběr z několika možností, většina zvolila dvě a více odpovědí. Nejvíce je zastoupeno rozvíjení fantazie v 26 %. 22 % - má negativní vliv, 18 % - rozvíjení myšlení, 17 % - rozvíjení řeči, 9 % - má kladný vliv a po 4 % uvedly, že média napomáhají k socializaci a nemají žádný vliv.



Otázka č. 12 – Jaká média používáte při vzdělávání dětí v mateřské škole?

K otázce 12 jsem opět připojila možnosti na výběr, paní učitelky označily dvě a více odpovědí, které využívají ke vzdělávání. Nejvíce využívají knihu v 34 % a hudební nahrávky v 33 %. Časopisy využívají již méně, tj. 21 % a televizi jen minimálně 12 %.

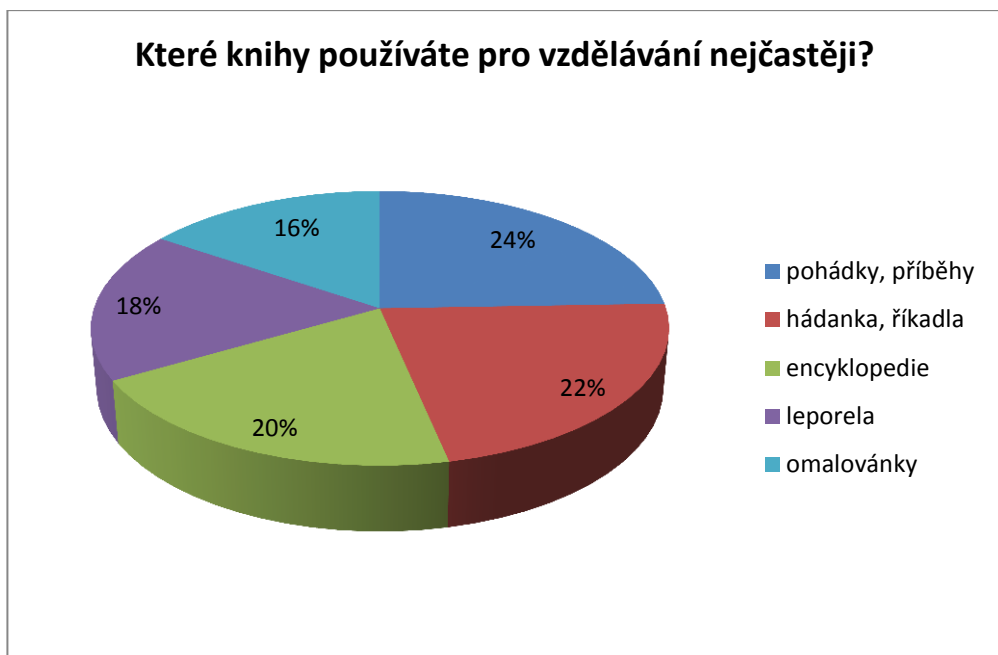


Otázka č. 13 – Používáte knihy jako výchovný prostředek?

100 % učitelek používá knihu jako výchovný prostředek, žádná z nich neuvedla k dané otázce žádný komentář.

Otázka č. 14 – Které knihy používáte pro vzdělávání nejčastěji?

Tato otázka navazuje na předchozí, v dotazníku byly možnosti na výběr. Paní učitelky využily při odpovědích na otázku dvě a více možnosti. Nejvíce z 24 % využívají pohádky a pohádkové příběhy, potom využívají hádanky a říkadla - 22 %, 20 % využívá encyklopedie, 18 % leporela a 16 % omalovánky.



Otázka č. 15 – Považujete za důležité, aby se knihy staly nedílnou součástí dětství každého dítěte?

Všechny dotazované učitelky odpověděly kladně, tj. 100 %. Jedna paní učitelka připojila komentář, že pravidelně s dětmi navštěvuje městskou knihovnu.

4.4 Shrnutí výsledků výzkumného šetření

Cílem bakalářské práce bylo zjistit, do jaké míry mají média pozitivní nebo negativní vliv na děti předškolního věku. Zda rodiče a učitelky v mateřské škole využívají pozitivního vlivu médií a vysvětlují dětem i jejich negativní vliv.

Z prvního dotazníku, který byl určen rodičům předškolních dětí, jsem zjistila, že děti nejvíce preferují sledování televize a až na druhém místě je čtení a vyprávění. V tomto věku mají děti nejvíce v oblibě kreslené pohádky a dětské pořady. Dle zjištění se většina rodičů snaží hlídat, jaké hry jejich děti hrají na PC, co sledují v televizi, jakou dobu tráví u médií, a hovoří s dětmi o sledovaných programech. Rodiče se snaží, aby jejich děti co nejméně ovlivnila reklama, ale v současné době lze jen stále dokola vysvětlovat a vysvětlovat, že nemůžeme mít vše, co se objeví v reklamě v televizi nebo

na billboardech u silnice. Většina rodičů se při koupi nějakého výrobku nenechává ovlivnit reklamou ani na naléhání dětí.

Z druhého dotazníku, který byl určen učitelkám mateřských škol, jsem zjistila, že učitelky v mateřské škole se snaží dětem co nejvíce číst z knih a vyprávět. Televizi dětem pouští jen při špatném počasí, ale zase ne vždy. Nejraději mají děti čtenou pohádku před spaním, kterou většinou vybírá paní učitelka. Dále jsem zjistila, že děti mají různé oblíbené a neoblíbené pohádkové postavy, anebo nepreferují žádnou oblíbenou nebo neoblíbenou postavu. Děti v mateřské škole většinou napodobují různé pohádkové postavy, ale i televizní reklamu. Paní učitelky nejčastěji používají jako výchovný prostředek knihu a upřednostňují ji před ostatními. Z výzkumu vyplynulo, že média u dětí rozvíjí fantazii, myšlení, řeč, ale mají i negativní vliv.

Závěr

V bakalářské práci jsem studovala otázku, jaký mají média vliv na děti předškolního věku. V teoretické části jsem se zabývala charakteristikou jednotlivých médií, jejich působením a vlivem na děti předškolního věku, komunikací a vývojovými obdobími dětí do šesti let. Při zpracování teoretické části jsem získala mnoho nových poznatků o této problematice z dostupné literatury, kterou jsem použila při studiu tohoto tématu. Získala jsem mnoho nových zkušeností, které mohu i sama využívat v praxi matky malého dítěte.

Během zpracovávání bakalářské práce jsem si ujasnila, že tím nejdůležitějším, jak bude médium působit na děti, je v první řadě působení rodičů a dále sociální zázemí, ve kterém děti vyrůstají. Jaký přístup budou mít rodiče a učitelé k médiím, takový budou mít i děti. V dětském věku je velmi důležité si s dětmi hodně hrát, vysvětlovat jim věci, kterým nerozumějí, aby lépe pochopily dnešní přetechnizovaný svět. Je důležité, aby si postupně samy dokázaly vybrat, co je správné a co správné není.

V současné době mají rodiče na své děti čím dál méně času. Většinu svého volného času děti spíše tráví před televizí. Jak již vyplynulo z dotazníkového šetření, televize je procentuálně na vyšší pozici než četba a vyprávění. Děti média vyhledávají čím dál častěji, v první řadě je to pro ně prostředek zábavy, teprve potom prostředek k získávání potřebných informací. Elektronická média jsou v současné době dostupná každému z nás a to s sebou nese riziko v oblasti výchovy, protože obsah v těchto médiích je pro předškolní děti většinou nevhodný. Proto je velmi důležité chování a postoj rodičů, neboť ti jsou vzorem, který děti potom napodobují.

Pokud si s dětmi nebudeme povídat, vyprávět jim pohádky nebo číst příběhy, další generace již bude opravdu trávit veškerý volný čas před televizí nebo počítačem. Vůbec si neuvědomí, že volný čas se dá trávit i jiným způsobem, např. čtením knihy, naučných časopisů, sportováním anebo hraním různých her. V současné době jsou velmi oblíbené deskové hry, např. Česko - otázky a odpovědi, Evropa, Svět, Český film, Fauna – desková hra ze světa zvířat. Tyto vzdělávací hry doporučuje česká pedagogická komora.

Z výzkumu je zřejmé, že rodiče i pedagogičtí pracovníci se snaží dětem přiblížit dnešní svět spíše ze strany pozitivního působení médií, čtou a vypráví dětem různé příběhy, mluví o reklamách. V předškolním věku rodiče kontrolují, jaký čas děti věnují sledování televize, DVD nebo hraním her na počítači a stimulují je k rozumnému užívání těchto médií. Rodiče by chtěli chránit své děti před negativním působením reklamy, ale dítě se reklamám ani billboardům nevyhne, protože je vidí a slyší skoro každý den. V tomto případě je na rodičích, aby dítěti vysvětlili, jak je to doopravdy s reklamou, že všechno, co se objevuje, nemusí být správné. Reklama láká k větším nákupům, k zakoupení nějaké věci, kterou vlastně nepotřebujeme, snaží se nás manipulovat ve svůj prospěch.

Závěrem bych chtěla konstatovat, že zpracování této bakalářské práce pro mě bylo velkým přínosem, získala jsem mnoho nových poznatků o fenoménu zvaném média. Domnívám se, že závěry plynoucí z mé práce mohou přispět k lepší orientaci v této oblasti. Ze získaných informací lze vyvodit, jakou zásadní roli mají elektronická média ve výchově dětí, ale také jakými riziky je výchova ohrožena.

Resumé

Bakalářská práce je zaměřena na „Média a jejich působení na děti předškolního věku“. Obsahuje část teoretickou a praktickou.

Teoretická část má tři kapitoly. V první kapitole obecně charakterizují média, jejich význam, funkci a vliv na jedince i společnost.

Druhá kapitola je věnována postupnému psychickému vývoji jedince, rozvoji dětské osobnosti, zraku, řeči, motorických schopností, emocí a socializaci u dětí od prenatálního období do předškolního věku. Další část je zaměřena na lidskou (sociální) komunikaci, zde jsem charakterizovala její druhy, význam a využití.

Třetí kapitola pojednává o médiích jako socializačním prostředku. Popisují zde negativní a pozitivní vlivy médií, charakterizují knihu, televizi, internet, reklamu a jejich význam a vliv na děti.

V praktické části jsem se zabývala empirickým výzkumem, formou dotazníku. Nejdříve jsem popsala cíl výzkumu, metodu výzkumu a následně jsem provedla vyhodnocení dotazníků, které mi pomohly k získání potřebných informací o předškolních dětech.

Anotace

Bakalářská práce se zabývá působením médií na děti předškolního věku jak negativním, tak i pozitivním. Práci jsem rozdělila na teoretickou a praktickou část. V teoretické části jsem se zabývala obecnou charakteristikou médií, jejím působením, funkcí, významem, lidskou komunikací a vývojovými obdobími jedince. Praktická část je tvořena empirickým výzkumem, formou dotazníku, který probíhal ve dvou mateřských školách v předškolních odděleních. Výsledky vlastního šetření jsem graficky znázornila a vyhodnotila. Na základě zjištěných informací jsem formulovala závěr práce.

Klíčová slova:

média, děti, předškolní věk, rodiče, kniha, televize, počítač, internet, komunikace, socializace, mateřská škola

Annotation

This thesis deals with the negative and positive effects of media on children of preschool age. My thesis is divided into theoretical and practical part. In the theoretical part I discussed the general characteristics of the media, its effect, function, meaning, human communication and developmental periods of the individual. The practical part consists of empirical research, questionnaire, which took place in two kindergartens in preschool departments. The results of investigation I graphed and evaluated. The end of work I have formulated based on the information.

Key words:

media, children, preschool age, parents, book, television, computer, internet, communication, socialization, kindergarten

Seznam použité literatury

- Doňková, O., Novotný, J. S. *Vývojová psychologie pro sociální pedagogy*. Brno: IMS, 2009.
- Hofbauer, B. *Děti, mládež a volný čas*. Praha: Portál, 2004. ISBN 80-7178-927-5
- Jiráček, J., Köpplová, B. *Masová média*. Praha: Portál, 2009. ISBN 978-80-7367-466-3
- Jiráček, J., Köpplová, B. *Média a společnost*. Praha: Portál, 2007. ISBN 978-80-7367-287-4
- Kraus, B. *Základy sociální pedagogiky*. Praha: Portál, 2008. ISBN 978-80-7367-383-3
- Kraus, B., Poláčková, V. a kolektiv. *Člověk, prostředí a výchova*. Brno: Padio, 2001. ISBN 80-7315-004-2
- Kraus, B., Sýkora, P. *Sociální pedagogika I*. Brno: IMS, 2009.
- Matějček, Z. *Prvních 6 let ve vývoji a výchově dítěte*. Praha: Grada Publishing, 2005. ISBN 80-247-0870-1
- McLuhan, M. *Jak rozumět médiím*. Praha: Odeon, 1991. ISBN 80-207-0296-2
- Pospíšil, J., Závodná, L. *Mediální výchova*. Computer media s.r.o., 2009. ISBN 978-80-7402-022-3
- Říčan, P., Pitharová, D. *Krotíme obrazovku: Jak vést děti k rozumnému užívání médií*. Praha: Portál, 1995. ISBN 80-7178-084-7
- Sýkora, F. *Úvod do studia předmětu sociální komunikace*. Brno: IMS, 2008.
- Vágnerová, M. *Vývojová psychologie I, dětství a dospívání*. Praha: Karolinum, 2005. ISBN 80-246-0956-8
- Vízdal, F. *Sociální psychologie I*. Brno: IMS, 2010.
- Výrost, J., Slaměník, I. *Aplikovaná sociální psychologie I*. Praha: Portál, 1998. ISBN 80-7178-269-6

Seznam příloh

Příloha č. 1 Dotazník pro rodiče

Příloha č. 2 Dotazník pro učitelky

Vážení rodiče,

prosím Vás o vyplnění dotazníku, který je dobrovolný a anonymní. Získané údaje budou sloužit jako podklad pro výzkumnou část závěrečné bakalářské práce s názvem „Média a jejich působení na děti předškolního věku“, která je součástí mého studia na **UNIVERZITĚ TOMÁŠE BATI VE ZLÍNĚ, FAKULTĚ HUMANITNÍCH STUDIÍ, Institutu mezioborových studií v Brně.**

Dotazník, prosím, odevzdejte zpět v MŠ. Děkuji Vám za Váš čas, který jste věnoval/a tomuto dotazníku a za Vaše odpovědi.

Zuzana Sovová

Uveďte, prosím,

věk vašeho dítěte..... pohlaví vašeho dítěte.....

počet dětí v rodině.....

1. Co u vás doma převažuje?

vyprávění - čtení pohádek - poslouchání pohádek na CD - sledování pohádek v televizi nebo na DVD - hraní her na PC

2. Co vaše dítě spíše vyžaduje?

Vyprávění - čtení pohádek - poslouchání pohádek na CD - sledování pohádek v televizi nebo na DVD - hraní her na PC

3. Které z těchto médií mají vaše děti nejraději?

kniha - rádio - televize - video - CD přehrávač - DVD přehrávač - vyprávění - PC (pro zábavu - hry)

4. Který program nejčastěji vaše děti sledují v televizi?

kouzelná školka - večerníček - animáček - studio kamarád - planeta Yó

jiné, uveďte:

5. Kolik hodin denně tráví vaše děti sledováním televize, DVD, CD, čtení, vyprávění, PC (pro zábavu – hry)?

1 hodinu denně - 2 hodiny denně – více jak 3 hodiny denně - méně jak 1 hodinu denně - ne každý den

televize DVD CD čtení vyprávění

PC

6. Hovoříte s vašimi dětmi o sledovaném programu, hře na počítači, pohádce (čtené i sledované v televizi)?

před pohádkou/hrou/filmem - po pohádce/hře/filmu - později - nikdy

7. Víte, jaké počítačové hry vaše dítě hraje?

ano - ne

8. Myslíte, že mají média (televize, čtení pohádek, PC hry, reklama) vliv na výchovu a správný vývoj vašeho dítěte?

nemá

má: rozvíjí řeč - rozvíjí slovní zásobu - rozvíjí fantazii - pomáhá Vám při vysvětlování problémů (např. nikomu neotvírej, s nikým nikam nechod' atd.)

případně další

vliv.....

9. Považujete za důležité, aby se knihy staly nedílnou součástí dětství každého dítěte?

ano - ne

10. Jaký je oblíbený seriál, film, pohádka, televizní pořad vašeho dítěte?

vypište:

.....

.....

11. Koupíte vašemu dítěti hračku z televizní reklamy, i když ji nutně nepotřebuje?

ano - ne

12. Koupíte si potravinářské výrobky pro děti, které jsou uváděny v poutavých reklamách (např. kinder řez, pribináček, gumové bonbóny Haribo atd.)?

ano - ne - po konzultaci s jinou osobou

13. Sleduje vaše dítě plakáty, billboardy nebo reklamní tiskoviny?

ano - ne

14. Myslíte, že plakáty, billboardy nebo reklamní tiskoviny ovlivňují vaše dítě?

ano - ne

pokud ano, v jaké oblasti

Vážené učitelky,

prosím Vás o zodpovězení několika otázek, které budou sloužit jako podklad pro výzkumnou část závěrečné bakalářské práce s názvem „Média a jejich působení na děti předškolního věku“, která je součástí mého studia na **UNIVERZITĚ TOMÁŠE BATI VE ZLÍNĚ, FAKULTĚ HUMANITNÍCH STUDIÍ, Institutu mezioborových studií v Brně.**

Děkuji za Vaši ochotu a čas, který věnujete mým dotazům.

Zuzana Sovová

1. Poslouchají děti před spaním v mateřské škole pohádky?

ano - ne

2. Před spaním mají pohádku:

čtenou - poslouchají CD - sledují pohádku v televizi / jiný způsob

3. Poslouchají nebo dívají se děti v mateřské škole na televizi, např. při špatném počasí?

ano - ne

4. Nacvičujete s dětmi nějaké pohádky na různá vystoupení pro rodiče?

ano - ne

5. Znájí děti pohádky z domova?

ano - ne

6. Pohádku vybíráte sama nebo po domluvě s dětmi?

sama - po domluvě, na přání

7. Hovoříte s dětmi o pohádkách, reklamách, filmech?

ano - ne

8. Jakou mají děti oblíbenou / neoblíbenou pohádku

oblíbená..... neoblíbená

9. Napodobují děti pohádkové postavy nebo postavy z různých reklam?

ano - ne

pokud ano, uveďte jaké nejčastěji

10. Kreslí děti postavy z pohádek nebo z reklam?

ano - ne

pokud ano, uveďte, jaké postavy kreslí děti

nejčastěji.....

11. Jaký mají podle Vás vliv média na výchovu dítěte?

rozvíjí řeč / rozvíjí myšlení / rozvíjí fantazii / napomáhají k socializaci dítěte /

mají kladný vliv / mají negativní vliv / nemají žádný vliv

další vlivy

12. Jaká média používáte při vzdělávání dětí v mateřské škole?

knihy - hudební nahrávky - časopisy - televize - počítač

13. Používáte knihy jako výchovný prostředek?

ano - ne

14. Které knihy používáte pro vzdělávání dětí nejčastěji?

pohádky a příběhy pro děti - hádanky a říkadla - encyklopedie - leporela -

omalovánky

15. Považujete za důležité, aby se knihy staly nedílnou součástí dětství každého dítěte?

ano - ne