

Katedra: Katedra primárního vzdělávání

ZADÁNÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE

(pro magisterský studijní program)

pro (diplomant) Jiří Sýkora
adresa: Sněhurčina 685/23, 460 15 Liberec 15
obor (kombinace): učitelství pro 1. stupeň základní školy

Název DP: Děti a televize

Název DP v angličtině: Children and Television

Vedoucí práce: PhDr. Jitka Novotová, Ph.D.

Konzultant:

Termín odevzdání:

Pozn. Podmínky pro zadání práce jsou k nahlédnutí na katedrách. Katedry rovněž formulují podrobnosti zadání. Zásady pro zpracování DP jsou k dispozici ve dvou verzích (stručné.resp. metodické pokyny) na katedrách a na Děkanátě Fakulty pedagogické TU v Liberci.

V Liberci dne

.....

děkan

vedoucí katedry

Převzal (diplomant):

Datum:

Podpis:

Cíl práce: Zjistit jaké televizní pořady sledují žáci 1. stupně ZŠ. Rozpracovat náměty pro mediální výchovu na 1.stupni ZŠ. Provést analýzu pořadů pro děti a mládež.

Osnova práce:

1. Psychologické aspekty dětského vnímání
2. Dítě a televize
3. Reality show jako fenomén dnešní doby
4. Náměty pro mediální výchovu na 1. stupni ZŠ
5. Analýza TV programů pro děti a mládež
6. Výzkum

Literatura:

Čáp, J., Mareš, J. Psychologie pro učitele, Praha, Portál, 2001.

Průcha, J. Moderní pedagogika, Praha, Portál, 2002.

Bennett, S. J., Bennett, R. 365 zábavných činností bez televize, Praha, Portál, 1998

Hofbauer, B. Děti, mládež a volný čas, Praha, Portál, 2004.

Viehoff, H., Reuysová, E. - Jak s dětmi trávit volný čas, Praha, Portál, 2000.

Technická univerzita v Liberci
FAKULTA PEDAGOGICKÁ

Katedra: Katedra primárního vzdělávání

Studijní program: Učitelství 1. stupně ZŠ

DĚTI A TELEVIZE
CHILDREN AND TELEVISION

Autor:

Jiří SÝKORA

Podpis:

Adresa:

Sněhurčina 685/23

460 15 Liberec 15

Vedoucí práce: PhDr. Jitka Novotová, Ph.D.

Počet

stran	obrázků	tabulek	grafů	příloh
70	49	3	24	2

V Liberci dne: 23. 12. 2005

Prohlášení o původnosti práce:

Prohlašuji, že jsem diplomovou práci na téma „Děti a televize“ vypracoval samostatně a že jsem uvedl veškerou použitou literaturu.

V Liberci dne: 23.12.2005

Poděkování

Chtěl bych poděkovat vedoucí mé diplomové práce PhDr. Jitce Novotové, Ph.D. za její podnětné rady a připomínky při zpracování daného tématu. Dále bych chtěl poděkovat všem svým kolegyním z učitelského sboru a blízkým rodinným příslušníkům, kteří mi poskytli cenné rady.

Děkuji všem ostatním za jejich ochotu poskytnout potřebné podklady a připomínky.

Prohlášení k využívání výsledků diplomové práce:

Byl jsem seznámen s tím, že na mou diplomovou práci se plně vztahuje zákon č.121/2000 o právu autorském zejména § 60 (školní dílo) a § 35 (o nevýdělečném užití díla k vnitřní potřebě školy.)

Jsem si vědom toho, že diplomová práce je majetkem školy, že s ní nemohu bez svolení školy disponovat a že diplomová práce může být zapůjčena či objednána (kopie) za účelem využití obsahu.

Beru na vědomí, že po pěti letech si mohu diplomovou práci vyžádat v Univerzitní knihovně Technické univerzity v Liberci, kde bude uložena.

Autor:

Jiří Sýkora

Podpis:

Adresa:

Sněhurčina 685/23

460 15 Liberec 15

ANOTACE

Diplomová práce se zabývá vztahem dětí a televize. První část je věnována psychologickým aspektům dětského vnímání. V dalších částech práce poukazuje na rizika nadměrného sledování televize pro psychický, ale i fyzický vývoj dětí. Zabývá se otázkou míry vlivu sledování televize na dítě, objasněním zájmu dětí o reality show, představuje faktory, které mohou ovlivňovat sledovanost televize u dětí. Praktická část vychází z rozboru současné nabídky televizních pořadů pro děti. Nejdříve jsou vždy charakterizovány jednotlivé televizní stanice, dále navazuje analýza jednotlivých pořadů na nich zastoupených. V poslední části je proveden výzkum s dětmi ze čtvrtých tříd libereckých škol formou dotazníku.

ANNOTATION

The diploma work is a research with the relation between children and television. The first part is dedicated to psychological viewpoints of children perception. Other parts report on the risks of the excessive television watching on the psychological and physical development of children. The work deals with a question of the extent impact on a child and it explains the child's interest in so called reality shows. It shows the factors, that can influence television watching of children. The practical part comes from the analysis of the contemporary television programmes for children. First each television channel is characterized and then all types of programmes of the channel follows. The last part of the diploma work contains a research on children of the fourth grade of basic schools in Liberec.

ANNOTATION

Die Diplomarbeit beschäftigt sich mit der Beziehung zwischen den Kindern und dem Fernsehens. Der erste Teil widmet sich den psychologischen Aspekten der Kinderwahrnehmung. In den weiteren Teilen hinweist die Diplomarbeit auf die Risiken des übermäßigen Fernsehens auf die psychische und die physische Entwicklung der Kinder. Sie beschäftigt sich mit der Frage der Höhe des Interesses der Kinder für „Reality show“ und zeigt die Faktoren, das Fernsehen der Kinder beeinflussen können. Der Praktische Teil geht aus der Analyse des gleichzeitigen Angebotes der Fernsehensprogramme für Kinder aus. Zuerst sind immer die einzelnen

Fernsehttationen charakterisiert, weiter die Analyse der einzelnen Programme diesel Fernsehttationen anbindet. In dem letzten Teil ist die Durchforschung mit den Fragebogen zwischen den Schülern aus den vierten Klassen der Schulen aus Liberec durchgeführt.

OBSAH

1. ÚVOD.....	1
2. TEORETICKÁ ČÁST.....	2
2.1 Psychologické aspekty dětského vnímání.....	2
2.2 Děti a televize	3
2.2.1 Zdravotní hledisko	4
2.2.2 Děti nemají fantazii.....	5
2.2.3 Mluvit, mluvit a zase mluvit.....	5
2.2.4 Jak mohou rodiče pomoci?	6
2.2.5 Pořady s negativním vlivem na děti.....	7
2.2.5.1 Výzkum J. G. Johnsona	8
2.2.5.2 Převratná zjištění.....	9
2.2.6 Reklamy	12
2.2.7 Pseudohvězdy – vzor dětí	14
2.3 Reality show jako zrcadlo dnešní doby.....	15
2.3.1 Rodiče, dítě, televize.....	17
2.3.2 Dítě, televize, cigarety, alkohol	18
2.3.3 Big Brother	19
2.3.4 Vyvolení.....	21
2.3.5 Výměna manželek.....	23
2.3.6 Rada pro rozhlasové a televizní vysílání	25
2.4 Mediální výchova na 1. stupni ZŠ	27
2.4.1 Náměty pro mediální výchovu na 1. stupni ZŠ	31
2.4.2 Kurzy mediální výchovy pro učitele na ZŠ	33
3. PRAKTICKÁ ČÁST	33
3.1 Analýza TV programů pro děti a mládež.....	33
3.1.1 Česká televize – ČT1, ČT2	33
3.1.1.1 Pořady určené pro děti a mládež.....	35
3.1.2 Televize Nova	46
3.1.2.1 Pořady pro děti a mládež	47
3.1.3 Televize Prima	51

3.1.3.1 Pořady pro děti a mládež	51
3.2 Výzkum.....	53
3.2.1 Výzkumné problémy.....	53
3.2.2 Metoda a realizace výzkumu	53
3.2.3 Vyhodnocení výzkumu	54
3.2.4 Vyhodnocení stanovených problémů.....	65
4. ZÁVĚR	67
5. POUŽITÁ LITERATURA.....	68
6. PŘÍLOHY.....	70

1. ÚVOD

Současní pedagogové a dětské psychologové vyjadřují obavy nad vlivem, který má na děti televize a jiné sdělovací prostředky. Tento vliv by zřejmě měl být dobrý a pozitivní, ale často tomu tak není. Počáteční vývoj dítěte je ovlivňován mnoha faktory. Důležitější a silnější než cokoli jiného je vytvoření vazby mezi rodiči a dítětem. Jsou však také jiní činitelé, působící na jeho postoje a chování. Mezi nimi jsou i různé sdělovací prostředky, v první řadě televize, rozhlas, knihy, časopisy, noviny a internet. Protože všechny tyto sdělovací prostředky „přicházejí“ přímo k nám domů, stávají se součástí prostředí, v němž dítě vyrůstá.

Ve své práci jsem se zaměřil na to, kolik času děti tráví před televizní obrazovkou a jaké „pseudohrdiny“ jim předkládají televize. Děti se je pak snaží napodobovat oblékáním, vyjadřováním, ale hlavně i chováním.

O televizi se mluví jako o návykové záležitosti srovnávající se s drogami. My dospělí ji odsuzujeme kvůli krvavému násilí a vulgárním sexuální scénám, nízké úrovni estrádní zábavy a zpravodajským polopravdám. Přesto ji pouštíme dětem, které jen těžko dokážou poznat hranice mezi tím, co je pravda a co dobře vykonstruovaná lež.

Naopak televize může mít také zdravý vliv na vývoj dětí. Může přispívat k jejich výchově, vzdělávat, bavit je i ujasňovat jim stupnici hodnot. Může vyvolat cenné diskuze mezi členy rodiny. Povinností nás všech dospělých je dbát o to, aby byla televize doma dobrým sluhou a nebyla špatným pánem.

Jedním z důvodů, proč jsem si vybral téma dětí a televize, je skutečnost, že jsem chtěl poukázat na „nešvary“, že tato skříňka od dětí nic nevyžaduje. Nemusí myslet, jednat, mluvit, dokonce ani obracet stránky. Televize od nás neočekává citovou investici a ani žádnou jinou péči. Je připravena být tu pro nás kdykoli.

V praktické části jsem se rozhodl jít cestou vlastního výzkumu a zjistit skutečný stav věci. V první části jsem provedl analýzu současných televizních pořadů pro děti. V druhé části jsem se zaměřil na výzkum pomocí dotazníku, ve kterém jsem zkoumal, zda rodiče regulují sledovanost pořadů dětí, zda děti sledují pořady pro ně primárně určené nebo jestli je zajímají pořady pro dospělé. A dále se zaměřuji na to, jaký faktor ovlivňuje výběr pořadů a jestli ovlivňuje chování dětí sledování reklam a reality show.

TEORETICKÁ ČÁST

PSYCHOLOGICKÉ ASPEKTY DĚTSKÉHO VNÍMÁNÍ

Schopnost soudného diváctví, které rozvíjí individualitu, vzniká postupně. Jde o tzv. rozvoj divácké gramotnosti. Uvádím zde zestručnělou rekapitulaci vývoje této schopnosti podle Jan-Uwe Roggeho. (Biddulph, 2000)

Tříleté až pětileté děti mají vnímání filmu zaměřeno na jednotlivosti. Přitom mohou věrně reprodukovat detaily, často se jim ale do vyprávění mísí vlastní zkušenosti. Nejvíce je zajímají jednotlivé scény, které však nedokáží propojit do souvislého celku („a potom... a potom...“), a to hlavně ty, do kterých si mohou promítat svou osobní zkušenost. S věkem stoupá schopnost participace na ději, která se projevuje poznámkami, výkřiky, mimikou, gesty a fyziologickými projevy. Pozornost ale dětem vydrží jen krátkodobě a střídají se v ní intenzivnější fáze s fázemi odklonů a úniků do vedlejších činností. Těch zase s věkem ubývá. Věta „To je nuda“ může být ale i výrazem obrany.

U dětí šestiletých až osmiletých ještě přetrvává spojování scén souslovím „a potom“, ale ve vyprávění se projevují pokusy o chronologické řazení. Děti už se nedají strhujícím dějem „převálcovat“, ale pokud mají ve svém okolí citové zázemí, nasadí zmíněné obranné mechanismy a zároveň vcítění a soucítění. Tento druh požitku se označuje jako Flow, proud. Dítě nereaguje na oslovení, zapomíná na své okolí a na čas, ustupuje rozptýlenost a mizí chvíle nudy. Když je dítě nejvíce strženo, potí se, zrychluje se mu tep, má široce otevřené oči i pusu a svému napětí ulevuje jen drobnými pohyby prstů (často si je strká do úst nebo do nosu), kouše se do rtů, mne si ruce a prsty, tiskne se do křesla, objímá panenku, tuhne a dělá jen křečovitě pohyby. Obracení se o pomoc k dospělým, pohyby napomáhající uvolnění napětí nebo přeskoky do vedlejších činností sloučí jako nezbytné mechanismy distancování se a jako reakce snižující zátěž. Je psychologicky a pedagogicky absurdní za tyto projevy dětí v tomto věku kárat nebo jim zakazovat ty pořady, při kterých si takto ulevují.

Až od devíti nebo desíti let se rozvíjí schopnost komplexnějšího porozumění filmu. Ve vyprávění se rozlišuje hlavní dějová linie od vedlejších, nadále jsou ale důležité detaily. Scény pořád zůstávají od sebe odděleny. Průvodní zvukové a mimické projevy setrvávají. V tomto věku chlapečci začínají skrývat své citové zážitky, zvláště když jsou přítomny dívky. Dívky se nestydí dávat najevo své dojetí a také víc vyhledávají útočiště u dospělých. Rychleji dokáží zapnout obranné mechanismy.

Teprve od **jedenácti let** se vyprávění zbavuje detailů a je schopno vystihnout červenou nit příběhu. Zároveň vzrůstá schopnost distancovat se od děje filmu. V této době vyprávění filmů – zejména těch, které mají ostatní děti zakázané – pomáhá vytvořit si pozici v partě. Děti baví, když mohou dospělé svými řečmi o filmech šokovat, a někdy zejména pedagogy záměrně provokují tím, že v jejich blízkosti hlasitě vyprávějí drsné scény ze zakázaných filmů.

S oporou v rozsáhlém výzkumu a poradenské praxi Rogge zrekonstruoval skutečné dramaturgické požadavky dětí na televizní programy. Zde jsou shrnuty do několika bodů.

- ✓ **jasná a přehledná výstavba** (předehra – hlavní děj – dohra, která umožňuje uvolnění po přestálém napětí)
- ✓ **dobrý konec** (špatný nebo otevřený konec děti dlouho nezvládají)
- ✓ **přehledný počet postav** a jejich členění (snově všemocný hlavní hrdina vs. vedlejší hrdinové, na jejichž slabinách děti uplatňují svou znalost reality)
- ✓ **měkce zaoblený styl grafiky** (hranatost je vyhrazena záporným postavám)
čím více smyslů je zasaženo, tím líp.

DĚTI A TELEVIZE

České dítě tráví před obrazovkou v **průměru 25 hodin týdně**, tedy více než 3,5 hodiny denně. **Průměrný 13letý školák viděl za svůj život v televizi 52 000 vražd, znásilnění, ozbrojených loupeží a přepadení.**

Tyto statistiky jsou alarmující, zachycují přesto jen povrch problému. Jak zasahuje sledování televize do přirozeného vývoje dětí? Dostupné na WWW: < <http://ib.ctk.cz/infobanka> >.



Názory dětí na skladbu televizních pořadů.

2.1.1 ZDRAVOTNÍ HLEDISKO

Vidění není pasivním pochodem, jakousi analogií fotografie, kdy se na sítnici oka vytváří zmenšený obrázek toho, na co právě pohled člověka dopadá. Pozorují-li nějaký předmět, nezůstávají moje oči nehybné, nýbrž předmět nepatrnými pohyby jakoby ohmatávají.

Postup tohoto vizuálního „ohmatávání“ je naprosto individuální. Drobným pohybům očí, ke kterým při tom dochází, se odborně říká sakády. Při klidném pozorování jich proběhne 2 až 5 za sekundu. Důsledkem této skutečnosti je, že když dva lidé pozorují stejný předmět ze stejného místa, přesto vnímají něco zcela odlišného!

K tomuto pochodu přistupuje neustálé zaostřování, akomodace oční čočky podle vzdálenosti předmětu v prostoru a dále rozšiřování a zužování zornic, v závislosti na množství dopadajícího světla, ale i na duševní aktivitě pozorujícího. Šíře zornice je jedním z indikátorů aktivity mozkové kůry: **čím vyšší je aktivita mozkové kůry, tím širší jsou zornice.**

Jakým způsobem modifikuje tyto nesmírně dynamické a aktivní pochody sledování televize? Počet sakád se snižuje o 90 i více procent z 2 – 5 za sekundu na 5 – 7 za 20 sekund. Výrazně se zmenšuje šíře pupily jako výraz snížené mozkové aktivity. Oči nejen že neakomodují, protože obrazovka se nachází ve stále stejné vzdálenosti, nýbrž **šířka zorného pole se zužuje o 97 %**. Z přibližně 200 stupňů na pouhých 6 až 7 stupňů. Okohybné svaly jsou zcela ztmulé, bez pohybu. Všechny tyto změny jsou vyvolány médiem televize jako takovým, nezávisle na pořadu.

A co z toho vyplývá? Především, že původně aktivní a cílená činnost je nahrazena maximální myslitelnou pasivitou. To je také jedním z hlavních důvodů, proč má sledování televize na vývoj dítěte tak zhoubný vliv. Tento závěr potvrzuje i EEG vyšetření (elektroencefalogram) aktivity mozku během sledování televize.

To ukazuje, že se po zapnutí televize rychle objevují v záznamu tzv. alfa vlny, typické pro stav snění či hypnózy. I zde se nám nabízí stejný obraz: podvědomé vyřazení aktivity diváka. Podívejte se jednou nezaopatřetě na dítě po hodině sledování televize. Jak vypadají jeho oči? Jaký mají lesk? Jaká síla a klid z jejich pohledu vychází? Jak je dítě v pohledu přítomné nebo naopak duchem nepřítomné? (Dostál, 2003)

2.1.2 DĚTI NEMAJÍ FANTAZII

Stále méně dětí čte. Je to snad tím, že čtenáři získávají požadované informace z televize, a proto nečtou? Nikoli. Mezinárodní výzkumy ukazují, že s výjimkou sportu je úroveň všeobecných vědomostí tím nižší, čím vyšší je doba denně strávená u televize. Doba strávená u televize se také negativně projevuje na vyjadřovacích a matematických schopnostech dětí. (Dostál, 2003)

Ještě hlouběji však zasahuje do rozvoje dětské fantazie a tím i do schopnosti kreativity dospělého věku. Děti, které jsou zvyklé pouze na pohádky v televizi, se při vyprávění pohádek nudí a říkají: „nic nevidím“. Ztratily zkrátka schopnost si děj představovat. Obrazy televize jsou příliš hotové, než aby mohly podnítit dětskou fantazii. A jsou příliš rychlé na to, aby k nim dítě vůbec mohlo zaujmout nějaký osobní citový vztah a postoj. S vývojem fantazie v dětství však později souvisí i vývoj schopnosti hlubokého citového prožívání, schopnost empatie – možnost vcítit se do druhého člověka, ale i předvídatost a schopnost řešit nové, neočekávané situace.

2.1.3 MLUVIT, MLUVIT A ZASE MLUVIT

Ordinace logopedů a foniatrů jsou přeplněné. Ještě v polovině 70. let se vyskytovaly poruchy řeči u 4 % dětí v předškolním věku. Ve 2. polovině 90. let stoupl procento dětí s poruchami řeči zjišťovaných na základě stejných kritérií jako v 70. letech na neuvěřitelných 25 %. Z toho je polovina poruch hodnocena jako lehké, čtvrtina jako středně těžké a čtvrtina jako těžké. Podíl dětí s poruchami porozumění řeči je ještě vyšší. Srovnatelné výsledky nacházíme v Německu, Velké Británii, ale i Bulharsku. Poruchy řeči nejsou přitom vázány na sociální postavení rodiny: děti vysokoškoláků jsou postiženy stejnou měrou jako děti pomocných dělníků. Jaké jsou příčiny tohoto alarmujícího vývoje? Pouze u malé části postižených je důvodem zdravotní porucha. U naprosté většiny dětí jsou lékaři i terapeuti zajedno, že **příčinou narušení vývoje řeči těchto dětí je narůstající mlčení mezi rodiči a dětmi**. Příčin tohoto mlčení je celá řada. Neoddiskutovatelně na prvním místě je však **sledování televize**. V civilizovaných zemích aktivně sledoval dospělý televizi v 60. letech v průměru 1 hodinu denně, v roce 1980 již 2 hodiny, v roce 1998 téměř 3,5 hodiny denně. Tato doba znamená pro děti mlčení.

Skupina	ČT1	ČT2	Nova	Prima	Kabel. a sat.
Děti 4 - 14	18,69	2,98	38,63	36,43	3,27
Ženy 15+	22,76	4,04	38,31	30,92	3,97
Muži 15+	24,17	6,73	38,94	24,32	5,84

45.týden 2005 – Sledovanost TV % v čase 19:00 - 23:00h – zdroj
<http://www.mediaresearch.cz>

A jaký vliv má televize na narůstající násilí? Analýza příčin, které vedly děti k zabíjení, ukazuje často, že pro mladistvé vrahy bylo společným jmenovatelem excesivní sledování televize od útlého věku, mnoho hodin týdně strávených hraním počítačových her s tematikou zabíjení, rodiče, kteří neměli příliš velký zájem o výchovu svého dítěte. Mladiství vrazi uvádějí často identifikaci s některým z filmových hrdinů, který vyniká schopností chladnokrevně zabíjet. (Dostál, 2003)

2.1.4 JAK MOHOU RODIČE POMOCI?

Sledování televize v dětství zásadním způsobem narušuje vývoj jak intelektuálních, tak citových a především volných schopností člověka a jeho individuality, vyřazuje jeho vůli v procesu vidění, znemožňuje vytváření individuálního citového vztahu k viděnému, podlamuje fantazii a kreativitu, brání rozvoji motorických schopností dítěte a tím podporuje pasivní postoj ke světu a podlamuje vůli jako takovou. K tomu dochází zcela nezávisle na výběru pořadů, které dítě sleduje. Navíc, již v závislosti na konkrétních pořadech, dochází k nereflektovanému přejímání mravně pochybných postojů a systematickému otupování vůči násilí, bolesti, utrpení a smrti druhých lidí.

2.1.5 POŘADY S NEGATIVNÍM VLIVEM NA DĚTI

Nejnovější americká studie zveřejněná v březnovém vydání časopisu Science tvrdí, že nejen sledování násilných televizních pořadů, ale sledování televize obecně vede k prokazatelnému nárůstu agresivity. Dostupná na WWW: < <http://www.sciencedaily.com/releases/2004/04/040406090140.htm> >.

Tradiční odpůrci jakékoli regulace televizní programové skladby (např. filozof Václav Bělohradský) argumentují především tím, že přímá **souvislost mezi sledováním televizního násilí a pozdějším agresivním chováním nebyla nikdy potvrzena**. Také zajištění dostatečného a reprezentativního vzorku pro experimentální skupinu je údajně nereálné a navíc – do hry vstupuje mnohem více proměnných, než kolik je možné ve výzkumech zachytit (dispoziční výbava jedince, učení, motivace, postoje, příslušnost k sociální skupině, vliv výchovy, socioekonomická pozice, předchozí zkušenosti atd.).

Existují desítky teorií mediálního vlivu, stejně jako stovky experimentů, které sledovaly krátkodobé účinky vlivu mediálního násilí v laboratorních podmínkách. Notoricky známý **Bandurův a Waltersův experiment** z roku 1973 s velkou panenkou Bobo, kterou herec na plátně před skupinou dětí bít a kopat, sice vedl ke zjištění, že se děti k panence chovaly stejně agresivně, ale pokud bychom měli s určitostí konstatovat, že se děti sociálně naučily agresivnímu jednání, měla by nás zajímat jiná věc. Kolik dětí se v horizontu několika let po opětovném setkání s Bobem na nebohou panenku znovu vrhlo a jalo se ji bít a kopat s nezmenšenou intenzitou, tedy s takovou, s jakou před lety v mateřské škole napodobilo herce?

Dostupné na WWW: < http://www.imaturita.cz/scripts/sem_show.php?id=54 >.

Z podstatně menšího ranku longitudinálních studií v přirozených podmínkách je nejčastěji citována **Centerwallova studie** o kanadském městečku s fiktivním názvem Notel, kde za dva roky po zavedení televizního signálu **vzrostl stupeň fyzické agresivity** (včetně bití, postrkování a kousání) **o 160 %**. Podobné výsledky, taktéž z roku 1973, byly získány po zavedení televize v JAR, či při sledování skupiny trestanců. Centerwall ve svých výzkumech akcentoval spíše náhlou změnu v podobě vstupu zcela nového prvku do života dětí i dospělých, nikoli trvalé soužití s televizní obrazovkou, vyžadující od útlého věku určité způsoby zacházení. Nabízí se tak otázka, zda můžeme ve větším měřítku analogicky uvažovat o situaci v ČR po roce 1989 – tehdy k nám

přece také vstoupila „nová“ televize s dosud nevídanými filmy a pořady, které se od těch předrevolučních lišily ve všech možných i nemožných aspektech. (Dostál, 2003)

2.2.5.1 Výzkum J. G. Johnsona

Po třiceti letech od nejznámějších experimentů přicházejí opět Američané, aby definitivně potvrdili, nebo vyvrátili spojitost mezi sledováním násilí na obrazovce a skutečným agresivním chováním. Jeffrey G. Johnson z Kolumbijské univerzity sledoval se svým týmem vědců (většinou z New York State Psychiatric Institute) po dobu sedmnácti let 707 lidí, aby potvrdil signifikantní spojitost mezi časem stráveným u televize během adolescence a časně dospělosti a pravděpodobností výskytu pozdějších násilných činů, které byly spáchány na jiných osobách. (Dostál, 2003)

Z hlediska počtu participantů a délky pozorování se bezpochyby jedná o ojedinělý longitudinální výzkum v přirozených podmínkách, ačkoli pro srovnání: v roce 1978 zveřejnil Belson málo známý výzkum, který sledoval 1565 chlapců od 12 do 17 let. Podle jeho zjištění byli chlapci, kteří sledovali násilné televizní pořady, agresivnější při sportu, napadali jiné hochy, čmárali po zdi vulgární slogany a rozbíjeli okna. Závěrem bylo zjištění, že nemůžeme označit sledování televizního násilí za příčinu agresivního chování. Můžeme pouze konstatovat, že sledování televizního násilí je s agresivním chováním spojeno. Jsou Johnsonovy výsledky skutečně odlišné?

Nejnovější americký výzkum zohlednil výskyt předchozího násilného chování, zanedbávání dětí rodiči, rodinný příjem, násilí v sousedních čtvrtích, vzdělání rodičů a výskyt psychiatrických poruch. Sledováno bylo 707 rodin s dítětem ve věku od jednoho do deseti let (z nich 51 % chlapců), náhodně vybraných ze dvou severních oblastí státu New York. Socioekonomický statut a většina demografických proměnných odpovídaly poměrům na severovýchodě USA (54 % katolíků a 91 % bílé pleti). Školení odborníci vedli interview s rodinami v letech 1975, 1983, 1985–86 a 1991–1993, přičemž hovořili s každým členem rodiny zvlášť a navzájem své výsledky neznali.

Během let 1983, 1985–86 a 1991–93 byl participantům také administrován dotazník DISC-I (Diagnostic Interview Schedule for Children) ve dvou věkových modifikacích. Poslední sběr dat proběhl v roce 2000 jak prostřednictvím dotazníků zaměřených na výskyt agresivních činů v tomto roce, tak ze záznamů policie státu New

York a FBI o obvinění nebo zadržení pro trestnou činnost mladistvých a dospělých. Průměrný věk participantů byl potom 5,8 let v roce 1975, 13,8 v roce 1983, 16,2 v letech 1985–86, 22,1 v letech 1991–93 a 30,0 v roce 2000. (Dostál, 2003)

2.2.5.2 Převratná zjištění

Výsledky výzkumu ukázaly rozdíly podle pohlaví stejně jako přímou souvislost s časem stráveným před obrazovkou a následným agresivním jednáním. Výzkum poskytl podporu jak pro hypotézu, že televizní násilí přispívá k růstu agresivního chování, tak pro hypotézu, že agresivní jedinci preferují násilné televizní pořady. Johnsonův tým sice připustil, že zanedbávání ze strany rodičů nebo život ve čtvrtích plných násilí zvyšují pravděpodobnost obojího – tedy agresivního chování i sledování násilí na obrazovce, ale podrobněji se této oblasti nevěnoval. Spokojil se s konstatováním, že charakter prostředí ovlivňuje sledované souvislosti pouze částečně.

Jaké jsou tedy nejdůležitější závěry? Pokud muži sledovali ve čtrnácti letech televizi méně než hodinu denně, dopustili se ve věku 16 až 22 let násilného činu na jiných osobách v 8,9 %. Při časovém rozmezí od jedné do tří hodin denně před obrazovkou to již bylo 32,5 %, více než tři hodiny každodenního sledování televize znamenaly nárůst násilných činů o 45,2 %. Podobný vzestup byl také zaznamenán v kategorii napadení nebo rvačky končící zraněním, a to v míře 8,9 %, 27,5 % a 41,7 %. Kategorie loupežné přepadení, vyhrožování násilím a použití zbraně v souvislosti s kriminální činností prokázala sice menší, ale přesto signifikantní růst: 6,7 %, 14,0 % a 20,9 %. Majetková kriminalita včetně zhářství, vandalismu nebo krádeží nebyla prokázána. (Dostál, 2003)

Ve skupině ženského pohlaví nebylo dosaženo statistické významnosti. Také u žen ale můžeme konstatovat zvýšení výskytu především násilných činů spáchaných na jiných osobách v závislosti na čase stráveném před obrazovkou. Hodina denně u televize vedla ženy k agresivnímu jednání ve 2,3 %, rozpětí od jedné do tří hodin v 11,8 %, z více než tří hodin každodenního sledování televize vzešlo 12,7 % agresorek. (Dostál, 2003)

Další sledovanou skupinou byli třicetiletí muži. V případě, že sledovali televizi ve dvaadvaceti letech méně než hodinu denně, dopustili se ve věku 30 let násilného činu

na jiných osobách ve 14,6 %. Zde ovšem dramatický růst končí, další hodnoty se zvýšily maximálně o 4,2 %: 14,0 % (jedna až tři hodiny) a 18,8 % při sledování televize déle než tři hodiny denně. (Dostál, 2003)

Překvapivý vzestup výskytu násilných činů se však objevuje ve vzorku sledovaných žen stejné věkové kategorie: pokud ženy sledovaly televizi více než tři hodiny denně, agrese u nich po osmi letech poskočila z nuly na 16,8 %. Méně výrazný skok nalezneme i v kategorii napadení nebo rvačky končící zraněním (opět z nuly na 7,9 %) a v kategorii loupežné přepadení, vyhrožování násilím a použití zbraně v souvislosti s kriminální činností (z nuly na 11,9 %). Příčinu autoři nezkoumali a připouštějí, že k prozkoumání zůstává rozdíl v obsahu programů sledovaných muži a ženami během adolescence a časně dospělosti. Ani v této sledované skupině nebyla prokázána majetková kriminalita včetně zhářství, vandalizmu nebo krádeží.

Co vlastně výzkum odhalil? Byla potvrzena spojitost mezi nadměrným sledováním televize v adolescenci a časně dospělosti s následným nárůstem pravděpodobnosti spáchání násilného činu proti ostatním osobám. „Nicméně důležité otázky, které by ukázaly původ a směr této spojitosti, zůstaly nezodpovězeny,“ uvádí ve zprávě Jeffrey G. Johnson. Slovy Ivo Čermáka: „Násilí v televizi může přispívat k růstu agrese jedince, avšak podmínky, za nichž se tak děje, jsou přinejmenším nejasné. Nejpravděpodobnější je, že agresivně disponovaní jedinci si budou vybírat pořady s násilným obsahem, jejichž systematické sledování zpětnovazebně posílí jejich dispozičně danou agresi.“ (Dostál, 2003)

Potud také k oboustrannosti vzájemného vztahu reálného a televizního násilí. Tvrzení, že sledování televize obecně vede k nárůstu agresivity, je do jisté míry více než logické. Není tedy lhostejné, na jaký televizní kanál se právě díváme. U nás sledoval výskyt agresivního chování v programové skladbě ČT např. Mojmir Svoboda (1997), ale tím se dostáváme do poněkud jiných výzkumných vod. Problematika je to bezpochyby široká.

Je však třeba připustit, že při současné programové skladbě českých televizí, které jsou díky nízkým výrobním nákladům amerických pořadů zhusta nasyceny zámořskou produkcí, se výsledky zahraničních výzkumů týkají i nás. Jana Drtilová, zakládající členka Linky bezpečí, to potvrzuje: „Naše každodenní zkušenosti potvrzují,

že americká zjištění platí i ve zdejších podmínkách.“ Údaje pro Českou republiku říkají, že dnešní třináctileté dítě vidělo v televizi asi 52 000 vražd, znásilnění, ozbrojených loupeží a přepadení, přičemž „průměrné dítě“ stráví nejméně 25 hodin týdně před obrazovkou. Dostupné na WWW: < <http://ib.ctk.cz/infobanka> >.

Uvedený časový údaj odkazuje k tzv. nadměrnému sledování televize. Johnsonův výzkum ukazuje, že více než hodina denně před obrazovkou významně zvyšuje riziko výskytu agresivních činů. Nestor antimedialního odboje Pavel Říčan dlouhodobě tvrdí, že patnáct hodin týdně před televizí je z hlediska duševního zdraví maximum. Většina dětí se však dívá na televizi v průměru 3,5 až 4 hodiny denně. (Říčan, Pithartová, 1995) Ke stejným výsledkům jsem dospěl i na základě vlastního výzkumu.

Díky nejnovějšímu americkému výzkumu můžeme tedy potvrdit souvislost, nikoli kauzalitu. Televize patrně nemá potenciál měnit kognitivní struktury a z prosociálního neagresivního jedince asociálního agresora nevychová. Účinek média není jednotný a pro podrobnější zkoumání je třeba kontrolovat ostatní proměnné, odlišit jednotlivé typy zobrazované agrese a určit tzv. nebezpečné televizní násilí, kterým bude pravděpodobně hostilní samoučelná agrese, která je zlehčována, vyplácí se, neukazuje utrpení oběti a je legitimizována jako forma sebeobrany. K tomu je nutné vymezit rizikovou diváckou skupinu, která bude zobrazovaným násilím pravděpodobně nejvíce ohrožena. Na základě všech předchozích zjištění (včetně odkazu na vývojovou psychologii) se domnívám, že pro rizikového dětského diváka platí následující: je mladší dvanácti let, sleduje televizi čtyři a více hodin denně, mezi jeho oblíbené pořady patří akční, násilné a hororové filmy, nežije ve spořádaném sociálním prostředí a je vybaven silnější dispozicí k agresivnímu chování. Nutno dodat, že tuto skupinu není možno omezit pouze na mužské pohlaví.

Od teorie magické střely, která připisovala mediálním obsahům jednotný stimul i reakci, jsme sice udělali pořádný krok vpřed, ale na otázky, zda a jak televize vychovává agresory, stále nedokážeme beze zbytku odpovědět. A to ani po zveřejnění výsledků sedmnáctileté longitudinální studie, která navzdory použitým metodám, obdivuhodnému rozsahu a alarmujícím číslům nepřekročila stín varovně vztyčeného prstu.

2.1.6 REKLAMY

Výrobci zboží už na to přišli: zacílit reklamu na děti se vyplácí. Až do svých pěti let děti reklamě věří jako třeba pohádkám, protože ji neumějí odlišit od ostatních pořadů. A než se to naučí, je z nich budoucí zákazník. Proto také například víkendové pohádky v sobotu či v neděli jsou v televizi plné reklam, které dětem radí, že **tuto hračku prostě musí mít**, jinak by nebyli „In“.

O tom, že televizní obrazovka nahrazuje dětem čím dál častěji mateřskou náruč, svědčí závěry prezentovaného průzkumu UNICEF.

Děti a televize	Odpověď ANO
Máte doma televizi?	100 %
Máš navíc vlastní televizi?	27%
Díváš se na TV jak dlouho chceš?	43%
Můžeš se dívat několik hodin denně?	35%
Můžeš se méně než hodinu denně?	7%
Neurčeno	15%

Každé čtvrté dotázané dítě ve věku od devíti do třinácti let v něm uvedlo, že má vlastní televizi. **A celá polovina dětí v něm přiznala, že se na televizi smějí dívat denně tak dlouho, jak chtějí.**

"Je to nebezpečný trend. Zvláště s malými dětmi by se na televizi měli dívat zároveň rodiče a pomoci jim sledovaný pořad pochopit," upozornila prezidentka Bílého kruhu bezpečí Petra Vitoušová. Dostupné na WWW ve formě zvukového záznamu: < <http://www.mv.cz/radio/zeptali.html> >.

Pravidlo přitom platí pro všechny pořady včetně reklam. Teprve mezi pátým a sedmým rokem děti přestávají reklamě věřit a začínají ji konfrontovat se skutečností.

Věk dítěte	Jak vnímá reklamu
do 4 let	není schopno reklamu odlišit od jiných programů v televizi
4-5 let	reklamu odliší
5-7 let	reklamu začínají konfrontovat se skutečností
7-10 let	poznají, kdy reklama lže
10 - 13 let	začíná se vyvíjet povědomí o značkovém zboží

Výzkum Univerzity Komenského v Bratislavě

"A až po sedmých narozeninách si dokážou uvědomit, že ta vychvalovaná sušenka zase tak dobrá nebyla, a berou to jako podvod," řekla Elena Hradiská z bratislavské Univerzity Komenského, která vliv reklamy na děti zkoumá. Dostupné na WWW: < <http://denreklamy.zlifest.cz/napsali.htm> >.

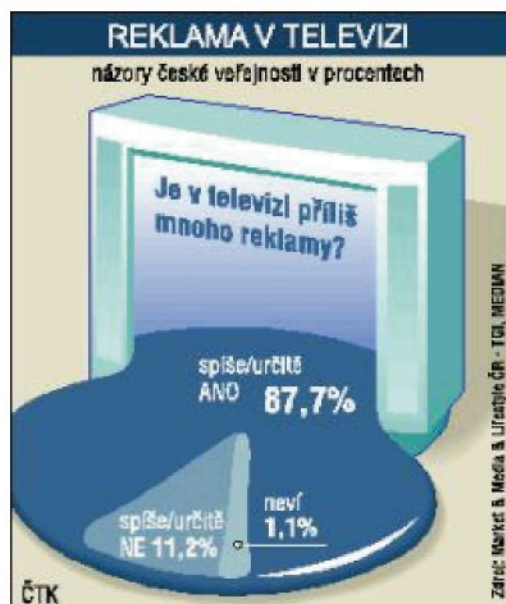
Jenže nový "spotřebitel" reklamy je mezitím na světě. "Děti nemají zkušenosti a reklama jimi manipuluje. Je potřeba je naučit s ní zacházet," radí Hradiská. Dostupné na WWW: < <http://denreklamy.zlifest.cz/napsali.htm> >.

Samy děti si ohrožené nepřipadají. Reklamu prý berou jako zábavu. Zjistili to ve vlastním průzkumu malí novináři z dětské tiskové agentury.

Hitem českých teenagerů je prý momentálně spot na internetový server Centrum. Scénka, v níž žena v čínské restauraci svěří svého psa Bobíka na hlídání obsluze a zvíře se jí vrátí na talíři pod pokličkou, u dětí boduje.

V našem průzkumu upečený Bobík vyhrál. „Je to brutální reklama, ale je prostě dobrá," řekla patnáctiletá Anna Hašková z dětské agentury.

Její o dva roky mladší kamarád Lukáš Hofman je přesvědčen, že se reklamou nedá ošálit. "Dívám se na ně, ale beru je jako vstupní informaci," říká. Tak to prý bylo před časem s reklamou na aero čokoládu Orion. "Zaujalo mě to, tak jsem si ji koupil. A zjistil jsem, že je vážně báječná," dodává Lukáš. Dostupné na WWW ve formě zvukového záznamu: < <http://www.radiodomino.cz> >.



Názory veřejnosti na míru výskytu reklamy v televizi.

2.1.7 PSEUDOHVĚZDY – VZOR DĚTÍ

Stále častěji jsou nám předkládány rádoby zábavné pořady, z nichž jejich účastníci mohou „odejít“ jako nové hvězdy showbysnysu. Už v samotných poutacích na pořad je nám „vtloukáno“, že přihlásit se do takového pořadu jako účastník, nebo chceme-li „soutěžící“, je životní šancí, kterou si nechá ujít snad jedině blázen. Při takové zábavné soutěži stačí, aby se s velkou pompou a falešným bouřlivým potleskem na povel režiséra, dvakrát či třikrát objevil na obrazovce vybraný obličej „z lidu“, a idol je na světě. Prakticky přes noc se z takové uměle vyrobené persóny stane superstar nebo vyvolený.

Najednou dítě vidí, že idol může být člověk vlastně skoro bez práce, že se stačí jen zviditelnit, a jak samotní soutěží ve Vyvolených říkají: „přovařit svůj ksicht“. Davy za nimi pak šílí a žadoní o autogram. A proč vlastně? Protože se ve vile koupou, jedí, spí?! Nedělají nic neobvyklého, jen je nám to neobvykle otevřeně prezentováno. V hlavním vysílacím čase, kdy takové pořady běží, nám prakticky nezbývá nic jiného než reality show ze všech stran se na nás řítící, sledovat. **Televize vyrábí idoly z lidí, kteří nic nedokázali.** Nejsmutnější na celé věci je to, že se děti chtějí skutečně takovým lidem podobat, kupují si časopisy, aby se o svých „idolech“ dozvěděli více, nešetří penězi na propagačních materiálech, se kterými televize Prima nedávno vyšla na trh. Přitom si asi každý z nás, ať už to přizná nebo ne, je vědom toho, že „ve vilách“

rozhodně není ubytován výkvět a pýcha společnosti, ale spíše opak je pravdou. Těžko asi budeme dítěti zakazovat pořad, na který se dívají všichni v jeho třídě nebo kolektivu, protože takové dítě by se v kolektivu rázem stalo outsiderem.

Nezbývá nám asi nic jiného, než čekat až se Katky, Moniky, Rost'ové a Sašové omrzí, sledovanost pořadů tohoto typu klesne a budou staženy z televizních obrazovek. Otázkou ovšem je, co přijde potom! (Beránková, 1995)

REALITY SHOW JAKO ZRCADLO DNEŠNÍ DOBY



Po listopadové revoluci v roce 1989, po otevření hranic, po nástupu komerčních televizí, volně prodejných pornografických časopisech a v současné chvíli i všudypřítomném a samozřejmě přístupném internetu se u nás mnohé změnilo. Nechci se rozhodně pouštět do kritiky či chvály politických stran ani vlády jejich režimů, jen jejich „střídání stráží“ souvisí se změnami ve všech oblastech našeho života.

Po již zmiňovaném roce 1989 byl v rámci „svobody“ náš televizní trh zaplaven krvavými akčními filmy a seriály, obhroublými rádoby vtipnými sitkomiemi, estrádními davovými zábavami bez inteligentního humoru a vulgárními erotickými scénami i třeba během odpoledních hodin. Euforie z těchto pořadů byla jistě nemalá. Vzpomínám si, že v těch „porevolučních“ letech člověk nezaslechl v rádiu českou písničku a v televizi nezahlédl český film. Za vzory a kladné hrdiny nám byli prezentováni anglicky mluvící svalnatí Rambové, Arnoldové a Van Damové, kteří na jedno rozmáchnutí povraždili snad celou tlupu zločinců. Po letech tabu se také erotika

stala prakticky věcí veřejnou, kdy se v novinách i časopisech pitvalo, kdo má jakou sexuální orientaci, kdo je „velkej bejk“ a kdo „nymfa“. Samozřejmě děti asi nejvíc v těch letech zajímalo mnohdy zlořečené Bravo a jeho rubrika „Láska, sex a něžnosti“, kde se děti dotazovaly na vše, co je kolem sexu a erotiky zajímalo. Nemyslím si, že tento časopis měl na děti negativní dopad. Jen se chtěli o sexu dozvědět co možná nejvíce a takové „samostudium“ pod dohledem sexuologa, jež na rady odpovídal, jediné schvalují.

Dnes ale není nutné takový časopis si pořizovat. Sex a erotika na děti číhá úplně všude. Vidí ji denně v televizi, slyší ji v rádiu u moderátorů, kteří si neberou servítek a v dojmu, že děti dvojsmysly nechápou, je do éteru chrlí, vidí ji na přebalech bulvárních novin a časopisů a volně dostupná je samozřejmě hlavně na internetu.

Pod takovým atakem erotiky a dokonalých teoretických znalostech vlastně „klasický“ sex děti nudí. Mnohokrát jsem se stal svědkem toho, jak spolu rozebírají neobvyklé sexuální praktiky, při jejichž pojmenování a formování jsem zjistil, že nejsem v tomhle směru ještě dostatečně erudovaný, protože když mluvily o sandwichi, vybavila se mi ta chutná pochoutka se salátem, ale ejhle, ono se jedná o sexuální praktiku.

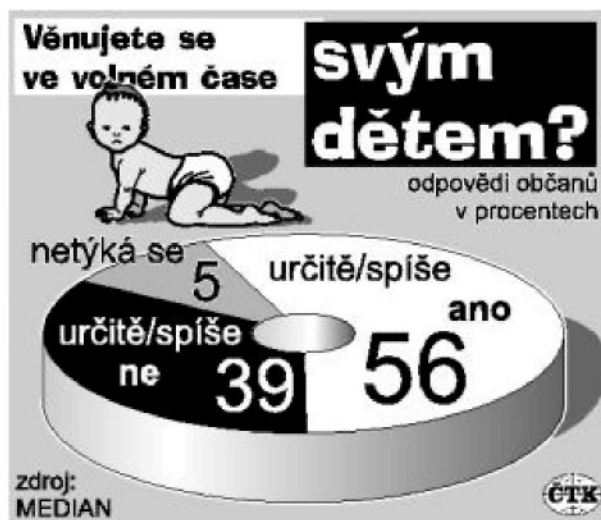


Prezentace reality show – Liberecký den 22.10.2005 (str. 9)

Je pochopitelné, že se zajímají o sex. Varující ovšem je, že současné dostupné „proudy“ neukazují erotiku ve světle, v jakém by ji ukazovat měly. Erotiku jako vzájemnou náklonnost a lásku (ponejlépe) k opačnému pohlaví, jako vyvrcholení lásky duševní, od níž se přechází k lásce fyzické. Přistupují k erotice a sexu jako k zajímavé zábavě, která se vlastně po vzoru reality show dá dělat pro peníze.

2.1.8 Rodiče, dítě, televize

Tempo uspěchané doby, kdy si nikdo z nás není jist tím, že bude ještě zítra ve své práci zaměstnán, kdy sociální jistoty rovnají se nule, kdy je vlastně nutností mít více než jedno zaměstnání, tak toto tempo nás nutí stále někde „krást“ čas. Nejsnáze to jde právě u dětí. Rodina, pod tlakem vlastnit auta, domy, značkové oděvy, prožívat zahraniční dovolené a konzumovat reklamou doporučené zboží, je zaneprázdněna. Zaneprázdněna sháněním těchto životně důležitých „elementů“ nezbytných pro zařazení do konzumní společnosti dneška. Zaneprázdněnost rodiny se projeví v nedostatečném povídání s dítětem, kdy se mu raději pustí televize a tím odpadá pro dítě tak důležitá fáze výchovy: „A proč, mami?“ Kdy se dítě „kolovrátkovitě“ dotazuje na nejasné věci a dospělý – rodič, na ně odpovídá.



Televize se stává pro děti kamarádem, vychovatelem, učitelem a bohužel skoro i rodičem. V televizi se dozvídá odpovědi na rodiči nezodpovězené otázky, televize mu vytváří žebříček hodnot a vnucuje důležitost potřeby určitých věcí. V dětských reklamách se na děti otevřeně a bez okolků valí hesla: „To musíš mít!“ nebo „To si nesmíš nechat ujít!“, kdy se dítě bez takové věci najednou jakoby stává outsiderem.

Takový „nátlak“ v reklamách je nebezpečný zvláště pro děti ze sociálně slabších skupin, jejichž rodiče, i kdyby rádi, nemohou takové reklamy vyslyšet. Jejich děti se tím ještě více posunují na okraj svého kolektivu. (Viehoff, Reuysová, 2000)

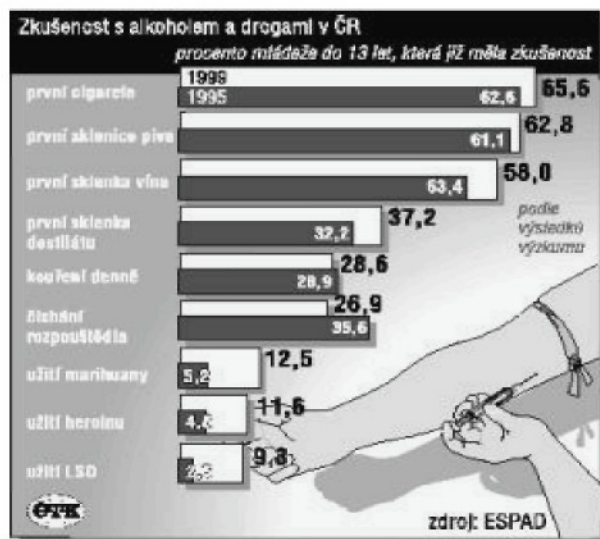
2.1.9 Dítě, televize, cigarety, alkohol

I když byla jakákoliv reklama na cigarety a tabákové výrobky zakázána a prodej cigaret a tabákových výrobků je povolen pouze osobám starších 18-ti let, tak v České republice kouření a závislost na nikotinu u dětí a mladistvých rozhodně neklesá, ba naopak. Rok od roku zaznamenává počet mladistvých kuřáků nárůst.



Reality show Vyvolení, prezentace kouření a alkoholu v denním sestřihu v 18,35 hod.

Děti se chtějí podobat svým starším kamarádům či idolům a cíleně se učí kouřit, aby vypadaly starší nebo nezávislejší. Pokud jsou tedy z obliby reklamy, kde děti kouření vidí? Pro tentokrát vynecháme model okoukání z rodiny. Odpověď je nasnadě. Většina účastníků v reality show (Big Brother, Vyvolení) jsou kuřáci a nikdy se to televize nesnažily skrývat. Naopak vymýšlely účastníkům tresty v podobě nedodání cigaret, či záznamy ukazovaly, že závislí na nikotinu bez cigarety jsou ochotni i okrádat své „spolubydlící“, kteří ještě cigarety mají. Nouze nebyla o abstinenční příznaky, které se projevovaly velkou agresivitou soutěžících. Pověstnou korunu tomu nasadila sázka mezi soutěžícími a moderátorkou Terezou Pergnerovou, kdy se soutěžící zavázali, že vydrží celý týden bez cigaret. Někteří z nich nevydrželi ani dva dny, což podle mého názoru rozhodně nepatří do škatulky: má velká vítězství. Samo sebou to v dětech ještě více utvrzuje myšlenku, že se bez cigarety asi opravdu nedá žít.



Zkušenost s drogami a kouřením u dětí do 13 let

Rovněž není nouze o skryté reklamy na alkohol, kdy soutěžící „bouchají“ denně několik šampusů a během celého dne je vidět, že vysedávají tzv. s kuželkou v ruce. Co takové příklady, o kterých se říká, že táhnou, způsobí v hlavičkách našich nejmenších? Ti nejmenší přece nerozliší, jako my dospělí, že tohle není správná šablona na život. Z našich dětí se pak stává, jako z ničeho jiného, zrcadlo naší doby.

2.1.10 BIG BROTHER



Počátek vysílání reality show Big Brother se datuje na září 1999, kdy jej poprvé uvedla holandská televizní stanice. Jeho název je odvozen od kultovního románu George Orwella 1984, v němž Big Brother, jako všudypřítomné oko státního aparátu, sleduje veškerý pohyb a jednání občanů. Celkem byla vysílána ve více jak 25 zemích světa, v mnoha z nich byl Big Brother vysílán ve více sériích.

Big Brother je klasickou denní reality show, kterou vystihuje pět elementů: návrat k přírodě, žádný kontakt s okolním světem, plnění zadaných úkolů, zpovědní místnost a vyřazovací systém. V klasickém modelu bydlí deset dobrovolníků, kteří se před počátkem celé show neznali, ve společné vile po dobu 15 týdnů. Život této skupiny je sedm dní v týdnu, 24 hodin denně, sledován desítkami televizních kamer, které jsou umístěny všude, včetně sprchy a WC. Účastníci reality show si během svého pobytu sami vaří, uklízejí, pečují o domácnost a také musí plnit zadané úkoly různého charakteru. Za jejich splnění dostávají speciální body, které slouží pro nákup potravin, případně dalších věcí. Tyto body mezi obyvateli vily způsobují řadu rozmišek, někdy až krajně vyhrcovaných, kdy mezi sebou zápasí o to, zda se za nasbírané body nakoupí zdravé jogurty nebo cigarety. Nemusím jistě dodávat, která skupinka z vily většinou zvítězí, stačí když prozradím, že kuřáků je silná převaha. Dokáží pak hodiny ústně rozebírat, že cigarety jsou životně důležité, vzájemně si je kradou či se z krádeže obviňují. Nevím, zda do vily vybírali lidi se sklony ke kleptománii, protože si nekradou jen cigarety a jídlo, ale i oblečení. To už se mi zdá úplně nepochopitelné, když na tak malém životním prostoru si lup zloděj asi těžko schová a záhy je odhalen! Tedy přesně řečeno – odhalena.

Hlavním principem reality show je vyřazování účastníků ze hry, neboť jen ten nejlepší získává finanční výhru - **10 milionů korun**. V závěru, kdy ve vile zůstávají pouze tři účastníci, rozhodují diváci hlasováním o vítězi. Vítězný účastník s nejvyšším počtem hlasů získává finanční výhru.

Zahájení vysílání: 28. srpna 2005

Moderátoři: Leoš Mareš, Eva Aichmajerová, Lejla Abbasová

Délka trvání: 100 dní

Počet soutěžících: 12, vybírá je přímo produkce TV Nova

Náklady na vysílání: "v řádech desítek milionů korun"

Vlastník licence: nizozemská firma Endemol

Kde se vysílá: ČR je 33. zemí, soutěž viděly již více než dvě miliardy lidí

2.1.11 VYVOLENÍ



Princip soutěže: obdobný jako u Big Brother, soutěžící se však v rámci plnění úkolů mohou dostat na chvíli i z vily ven.

Zahájení vysílání: 14. srpna 2005

Moderátoři: Tereza Pergnerová, Libor Bouček, Iva Kubelková, Vlastimil Korec

Délka trvání: 100 dní

Počet soutěžících: 13, diváci je esemeskami vyberou z 39 semifinalistů

Výhra: ceny za 11 milionů korun (luxusní bydlení, automobil, jeden roční plat ve výši 3,6 milionu korun či čtyři luxusní dovolené, každá za 150.000 korun).

Náklady na vysílání: 150 milionů korun

Vlastník licence: maďarská společnost IKO Production

Účastníci VyVolených se stávají hrdiny dětských her. Už malí předškoláci jsou novým fenoménem ovlivnění a na klasické hračky na chvíli zapomínají. Jejich favoritem je v současnosti **Regina**, jedna z obyvatelk vily. "Holčičky si začaly vyhrnovat trička a hrály si na Reginu. Pak zase všechny děti zničehonic začaly skandovat: vyvolení, vyvolení," podivuje se nad novou zábavou malých školáků ředitelka malé venkovské mateřinky Jaroslava Smolová. Dostupné na WWW: <<http://tv.tiscali.cz/article.asp?id=110>>.

I z vlastní učitelské praxe mohu potvrdit, že jsem byl několikrát svědkem toho, kdy se děti při svých hrách nechávají inspirovat postavami, které znají z televize. V naší škole jsem už zažil období Pokémonů, Southparku, či Tele Tele. Je sice pravda, že po čase, kdy pořad zmizí z televizních obrazovek, si děti nacházejí nové hrdiny a na ty staré zapomenou. Smutný je na tom fakt, že děti dnes neuznávají někoho, kdo něco dokázal (umělce, lékaře, spisovatele, sportovce), ale dokážou jim učarovat lidé, kteří nic nedokázali viz. Kapitola 2.5.5 „**Pseudohvězdy – vzor dětí**“. Jako učitel se pak cítím

trochu jako hlupák, když dětem vyprávím o hrdinech dětských knih, o významných lidech, zatímco pro ně je idolem někdo jako třeba Monika či Rost'a.

Další problém je slovník účastníků těchto show. Jsou to lidé z různých sociálních vrstev a televize je vybírájí tak, aby se divák bavil. Čím hrubší mluva, tím lépe.

Děti, které tyto pořady sledují, rády používají výrazy, které v těchto show slyší. A tak ve školní jídelně slyšíte od kluků to je „fičák“ a holky zase používají s oblibou slogan „vypadáš skvěle“ ze stejnojmenného pořadu České televize.

Psycholožka Tamara Cenková z psychologické poradny na Praze 4 se domnívá, že se v reality show objevuje přinejmenším jedna věc, která může děti ovlivnit hůře než akční seriály nebo agresivní filmy.

"To je, že ze všeho lze udělat problém, že se k sobě nemusíme chovat hezky."

"Pokud se něco jmenuje reality show, děti vědí, že se to ve skutečnosti děje. U filmu vědí, že je to film."

Tamara Cenková považuje chování účastníků pořadů za nebezpečnější než občas pronášená sprostá slova:

"Děti vidí, že se takto mohou řešit problémy. Agresivita, ať už skrytá nebo otevřená, je zde zcela jasná."

Dostupné na WWW:

<http://www.bbc.co.uk/czech/domesticnews/story/2005/09/050907_reality_tv_pckg.shtml>.

Zkusme si představit reality show, kde je deset, jedenáct lidí, kteří se k sobě slušně chovají, učí se cizí jazyky. Myslíte si, že by tento pořad měl tak velkou sledovanost? Určitě odpovíte stejně. Určitě ne.



2.1.12 VÝMĚNA MANŽELEK



Výměna manželek je pořad z rodiny reality show. Na rozdíl od jiných reality show, které jsme v této zemi zatím mohli vidět, ukazuje reálné lidi v jejich reálném prostředí a zachycuje, jak odlišné české rodiny žijí.

Každý díl představí dvě na první pohled odlišné domácnosti po dobu deseti dní. Deset dní stráví žena v nové domácnosti pod přísným dohledem nového chotě a nových dětí. A také televizní kamery. Pět dní se řídí pokyny „Manuálu domácnosti“, který pro ni připravila původní manželka tak, aby chod domácnosti nebyl narušen příchodem nové ženy. Podmínkou je, aby v každé rodině bylo alespoň jedno dítě.

Teprve po pěti dnech má nová žena právo změnit pořádek, předstoupí před svou novou rodinu a oznámí jim změny. V závěru pořadu se obě rodiny poprvé setkávají (bez dětí) a mají možnost konfrontace. Vyříkají si z očí do očí, co se jim během deseti dnů líbilo a co naopak ne, co jim změna přinesla, co by chtěli ve svém životě změnit. Nutno podotknout, že v některých setkáních rodin je tolik agrese a hořkých výčitek, že bych se nedivil, kdyby řada rodin po této reality show přistoupila k rozvodu.

Neopomeňme fakt, že v žádném z dílů nechybějí slzy ani výčitky jedné či druhé z manželek, protože celá produkce vybírá účastníky této reality show tak, aby jejich sociální prostředí bylo pokud možno co nejodlišnější. Výsledkem jsou malá osobní dramata, střety a krize. Nikdo se ale příliš nezabývá tím, co prožívají děti. Věk těchto dětí bývá většinou mladší školní. Jak se asi musí cítit takové dítě, když mu namísto jeho maminky najednou dává pusu na dobrou noc úplně cizí paní?! Může takové dítě vůbec pochopit, že se jedná jen o hru nebo soutěž, za kterou rodiče získají 50tisíc?! Není pro dítě stejně traumatizující jako třeba rozvod?! Víím, že rozvod trvá neúměrně delší dobu, ale deset dní bez maminky pro děti v tomto věku je nepředstavitelně dlouhá doba.



Jak už jsme si v našich reality show přivykli, tak ani zde nechybí holdování cigaretám a alkoholu. Nejsmutnější na této reality show asi je, že kouření a zpíjení se do němoty zde předváděla i „manželka“ ve třetím měsíci těhotenství, která místo aby se starala o svěřené děti, vysedávala po hospodách a předváděla plazení po zemi a svůj vulgární slovník. Šok pro nově svěřené děti musel být nemalý.



Dalším neobvyklým a pro děti jistě nepříjemným zážitkem byla Výměna manželek mezi paní Milenou a paní Jindrou. Paní Jindra bez okolků sváděla „vypůjčeného“ manžela paní Mileny. „Jsi super chlap, dobře se mi s tebou povídá. Docela bych si dokázala představit, že bych s tebou doopravdy mohla žít,“ vábila nenápadně korpulentní soutěžící svého dočasného manžela. „Ty jsi mi taky sympatická, hrozně moc. Nezlob se, ale nic z toho nebude, já totiž svoji Milenu moc miluju,“ dodal manžel Mileny. Nebudu snad radši domýšlet, co by se před zraky dětí (i těch doma u obrazovek) asi odehrávalo, kdyby manžel paní Mileny nebyl charakter.



Milena: "Ukončete to, nebo přijdu o manžela a děti!"

2.1.13 RADA PRO ROZHLASOVÉ A TELEVIZNÍ VYSÍLÁNÍ

Rada pro rozhlasové a televizní vysílání je zřízena zákonem č. 231/2001 Sb. jako správní úřad, který vykonává státní správu v oblasti rozhlasového a televizního vysílání a převzatého vysílání. Rada dohlíží na zachovávání a rozvoj plurality programové nabídky a informací v oblasti vysílání a převzatého vysílání, dbá na jeho obsahovou nezávislost a plní další úkoly stanovené právními předpisy.

A tady se bohužel dostáváme k zásadnímu problému, jaké má vlastně RRTV možnosti v tomto směru zasáhnout proti porušování zákona a v našem případě ohrožování psychického a mravního vývoje dětí a mladistvých. Pokud někdo z provozovatelů tyto části zákona poruší, může s ním rada zahájit tzv. správní řízení (zákon ČR 71/1967 Sb. správní řád).

Rada se samozřejmě musí vypořádat s každým vnějším podnětem, který dostane. Například divácká stížnost takovým podnětem je.

To, že se zahájí správní řízení, nemá vůbec žádný charakter, že by rada prejudikovala, jak dopadne. To je naprosto neutrální.

Pokud rada usoudí, že došlo k porušení zákona, může provozovateli dát pokutu v rozmezí dvaceti tisíc až do výše deseti miliónů korun.

Úkolem komerčních médií je, aby diváka pobavila. Ale ať chceme či nechceme, určitým způsobem nás přesto ovlivňují a vychovávají. Soukromé televize mají většinou za sebou silnou finanční skupinu (Prima - GES MEDIA HOLDING, a.s., Nova - CET 21 spol.s r.o.), která provozuje médium za účelem zisku. Na druhé straně máme rodiče. Ti mají zájem na tom, aby se jejich potomci na určitý typ pořadů nedívali. V tento okamžik se ale tyto dvě zájmové skupiny dostávají do sporu, který musí někdo řešit. A tady vstupuje do hry RRTV.

Na jedné straně je vlastník média, který má koncentrovaný zájem na tom, aby produkoval zisk v mezích nějakých norem. Na druhé straně stojíme my rodiče, diváci. A právě u nás by asi poměrně dlouho trvalo, než bychom si dokázali vynutit nějaký zásah. Proto máme k dispozici regulační orgán (RRTV) a tento regulační orgán nemůže cenzurovat obsah vysílání, který je podle našeho rozumného soudu nevhodný pro děti. Pokud se nám podaří na základě stížnosti u rady (písemná, telefonická, mailem), jí dát podmět ke správnímu řízení, můžeme dosáhnout pouze toho, že rada na základě evropské konvence provozovateli doporučí, aby daný pořad vysílal třeba po 22. hodině. Pokud provozovatel neuposlechne, následuje trest v podobě finanční pokuty.

„Rada pro rozhlasové a televizní vysílání zahájila další správní řízení s Primou a Novou kvůli jejich reality show VyVolení a Big Brother. S každou televizí jich zahájila sedm kvůli sedmi jednotlivým dílům každé z obou reality show odvysílaných v době od 16. do 29. září. Oběma televizím hrozí pokuta až deset milionů korun. Podle rady televize zřejmě porušily zákon, neboť v době mezi 6:00 a 22:00 odvysílaly záběry, které by mohly ohrozit mravní, psychický a fyzický vývoj dětí a mladistvých“.

Dostupné na WWW:

< http://revue.idnes.cz/vyvoleni.asp?r=vyvoleni&c=A051019_155847_vyvoleni_lf >.

To je jediný právní nástroj, který má RRTV k dispozici, to znamená, rada nemůže zakázat žádné z televizí vysílat reality show, ale může dosáhnout toho, jako v

jiných zemích, třeba v Británii, že se nebudou vysílat před dvaadvacátou hodinou, a to si myslím, že už by celá řada rodičů považovala za solidní výsledek.

MEDIÁLNÍ VÝCHOVA NA 1. STUPNI ZŠ

Nový Rámcový vzdělávací program pro základní vzdělávání, který byl dne 23.8.2004 schválen ministryní školství, mládeže a tělovýchovy JUDr. Petrou Buzkovou, obsahuje jako jedno z průřezových témat i Mediální výchovu. Předpokládá se, že povinné zahájení výuky podle nového Rámcového vzdělávacího programu bude možné v 1. a 6. ročníku od školního roku 2007/08.

Mediální výchova se v základním vzdělávání objevuje vůbec poprvé. Nabídne žákům elementární poznatky a dovednosti týkající se mediální komunikace a práce s médii. Média a komunikace představují velmi významný zdroj zkušeností, prožitků a poznatků pro stále větší okruh příjemců. Pro uplatnění jednotlivce ve společnosti je důležité umět zpracovat, vyhodnotit a využít podněty, které přicházejí z okolního světa, což vyžaduje stále větší schopnost zpracovat, vyhodnotit a využít podněty přicházející z médií. Média se stávají důležitým socializačním faktorem, mají výrazný vliv na chování jedince a společnosti, na utváření životního stylu a na kvalitu života vůbec. Přitom sdělení, jež jsou médií nabízena, mají nestejnorodý charakter, vyznačují se svébytným vztahem k přírodní i sociální realitě a jsou vytvářena s různými záměry. Správné vyhodnocení těchto sdělení z hlediska záměru jejich vzniku (informovat, přesvědčit, manipulovat, pobavit) a z hlediska jejich vztahu k realitě (věcná správnost, logická argumentační stavba, hodnotová platnost) vyžaduje značnou průpravu.

Mediální výchova má vybavit žáka základní úrovní mediální gramotnosti. Ta zahrnuje jednak osvojení si některých základních poznatků o fungování a společenské roli současných médií (o jejich historii, struktuře, fungování), jednak získání dovedností podporujících poučené, aktivní a nezávislé zapojení jednotlivce do mediální komunikace. Především se jedná o schopnost analyzovat nabízená sdělení, posoudit jejich věrohodnost a vyhodnotit jejich komunikační záměr, popřípadě je asociovat s jinými sděleními. Dále pak orientaci v mediovaných obsazích a schopnost volby odpovídajícího média jako prostředku pro naplnění nejrůznějších potřeb - od získávání informací přes vzdělávání až po naplnění volného času.

Mediální výchova má blízkou vazbu na vzdělávací oblast **Člověk a společnost**, zejména tím, že média, jako sociální instituce, se podílejí na utváření podob a hodnot moderní doby, umožňují hledat paralely mezi minulými a současnými událostmi a porovnávat jevy a procesy v evropském i celosvětovém měřítku. Mediální výchova je zaměřena na systematické vytváření kritického odstupu od mediovaných sdělení a na schopnost interpretovat mediální sdělení z hlediska jeho informační kvality (zpravodajství z hlediska významu a věrohodnosti zprávy a události, reklamu z hlediska účelnosti nabízených informací apod.). Propojení se vzdělávací oblastí **Jazyk a jazyková komunikace** se týká zejména vnímání mluveného i psaného projevu, jeho stavby, nejrůznějších typů obsahů a uplatňování odpovídající škály výrazových prostředků, osvojení základních pravidel veřejné komunikace, dialogu a argumentace. V rámci vzdělávací oblasti **Informační a komunikační technologie** se pak jedná o využívání tištěných i digitálních dokumentů jako zdroje informací. Pozornost se obrací k věcné správnosti a přesnosti sdělení, a to jak kritickou analýzou existujících textů, tak vlastní produkcí, a k utváření návyku ověřovat si co nejdůkladněji veškeré údaje. Vztah ke vzdělávací oblasti **Umění a kultura** je založen na vnímání specifické „řeči“ znakových kódů, jež média užívají, a jejich kombinací, a to nejen přirozeného jazyka, ale i obrazu a zvuku. Přispívá ke schopnosti vnímat, interpretovat a kriticky hodnotit artefakty umělecké i běžné mediální produkce.

Přínos průřezového tématu k rozvoji osobnosti žáka

V oblasti vědomostí, dovedností a schopností průřezové téma:

- přispívá ke schopnosti úspěšně a samostatně se zapojit do mediální komunikace
- umožňuje rozvíjet schopnost analytického přístupu k mediálním obsahům a kritického odstupu od nich
- učí využívat potenciál médií jako zdroje informací, kvalitní zábavy i naplnění volného času
- umožňuje pochopení cílů a strategií vybraných mediálních obsahů
- vede k osvojení si základních principů vzniku významných mediálních obsahů (zvl. zpravodajských)
- umožňuje získat představy o roli médií v klíčových společenských situacích a v demokratické společnosti vůbec (včetně právního kontextu)

- vytváří představu o roli médií v každodenním životě v regionu (v lokalitě)
- vede k rozeznávání platnosti a významu argumentů ve veřejné komunikaci
- rozvíjí komunikační schopnost, zvláště při veřejném vystupování a stylizaci psaného a mluveného textu
- přispívá k využívání vlastních schopností v týmové práci i v redakčním kolektivu
- přispívá ke schopnosti přizpůsobit vlastní činnost potřebám a cílům týmu

V oblasti postojů a hodnot průřezové téma:

- rozvíjí citlivost vůči stereotypům v obsahu médií i způsobu zpracování mediálních sdělení
- vede k uvědomování si hodnoty vlastního života (zvláště volného času) a odpovědnosti za jeho naplnění
- rozvíjí citlivost vůči předsudkům a zjednodušujícím soudům o společnosti (zejména o menšinách) i jednotlivci
- napomáhá k uvědomění si možnosti svobodného vyjádření vlastních postojů a odpovědnosti za způsob jeho formulování a prezentace

Tematické okruhy průřezového tématu

Mediální výchova na úrovni základního vzdělávání obsahuje základní poznatky a dovednosti týkající se médií a mediální komunikace. Tematické okruhy mediální výchovy se člení na tematické okruhy receptivních činností a tematické okruhy produktivních činností.

Tematické okruhy receptivních činností:

- **kritické čtení a vnímání mediálních sdělení** - pěstování kritického přístupu ke zpravodajství a reklamě; rozlišování zábavních („bulvárních“) prvků ve sdělení od informativních a společensky významných; hodnotící prvky ve sdělení (výběr slov a záběrů); hledání rozdílu mezi informativním, zábavním a reklamním sdělením; chápání podstaty mediálního sdělení, objasňování jeho cílů a pravidel; identifikování základních orientačních prvků v textu
- **interpretace vztahu mediálních sdělení a reality** - různé typy sdělení, jejich rozlišování a jejich funkce; rozdíl mezi reklamou a zprávou a mezi „faktickým“ a

„fiktivním“ obsahem; hlavní rysy reprezentativnosti (rozlišení reality od médií zobrazovaných stereotypů, jako reprezentace reality); vztah mediálního sdělení a sociální zkušenosti (rozlišení sdělení potvrzujících předsudky a představy od sdělení vycházejících ze znalosti problematiky a nezaujatého postoje); identifikace společensky významných hodnot v textu, prvky signalizující hodnotu, o kterou se sdělení opírá; identifikace zjednodušení mediovaných sdělení, opakované užívání prostředků (ve zpravodajství, reklamě i zábavě)

- **stavba mediálních sdělení** - příklady pravidelnosti v uspořádání mediovaných sdělení, zejména ve zpravodajství (zpravodajství jako vyprávění, sestavování příspěvků podle kritérií); principy sestavování zpravodajství a jejich identifikace, pozitivní principy (význam a užitečnost), zezábavňující principy (negativita, blízkost, jednoduchost, přítomnost); příklady stavby a uspořádání zpráv (srovnávání titulních stran různých deníků) a dalších mediálních sdělení (například skladba a výběr sdělení v časopisech pro dospívající)
- **vnímání autora mediálních sdělení** - identifikování postojů a názorů autora v mediovaném sdělení; výrazové prostředky a jejich uplatnění pro vyjádření či zastření názoru a postoje i pro záměrnou manipulaci; prvky signalizující explicitní či implicitní vyjádření hodnocení, výběr a kombinace slov, obrazů a zvuků z hlediska záměru a hodnotového významu
- **fungování a vliv médií ve společnosti** - organizace a postavení médií ve společnosti; faktory ovlivňující média, interpretace vlivů působících na jejich chování; způsoby financování médií a jejich dopady; vliv médií na každodenní život, společnost, politický život a kulturu z hlediska současné i historické perspektivy; role médií v každodenním životě jednotlivce, vliv médií na uspořádání dne, na rejstřík konverzačních témat, na postoje a chování; role médií v politickém životě (předvolební kampaně a jejich význam); vliv médií na kulturu (role filmu a televize v životě jednotlivce, rodiny, společnosti) ; role médií v politických změnách

Tematické okruhy produktivních činností:

- **tvorba mediálního sdělení** - uplatnění a výběr výrazových prostředků a jejich kombinací pro tvorbu věcně správných a komunikačně (společensky a situačně) vhodných sdělení; tvorba mediálního sdělení pro školní časopis, rozhlas, televizi či internetové médium; technologické možnosti a jejich omezení

- **práce v realizačním týmu** - redakce školního časopisu, rozhlasu, televize či internetového média; utváření týmu, význam různých věkových a sociálních skupin pro obohacení týmu, komunikace a spolupráce v týmu; stanovení si cíle, časového harmonogramu a delegování úkolů a zodpovědnosti; faktory ovlivňující práci v týmu; pravidelnost mediální produkce (Jeřábek, Tupý 2004)

2.1.14 NÁMĚTY PRO MEDIÁLNÍ VÝCHOVU NA 1. STUPNI ZŠ

S médii se ve věku informační společnosti setkáváme často více než s tradiční realitou – ať už je to příroda, zvířata, živly, apod. Média náš skutečný život interpretují, řadí priority, říkají, co je důležité, významné, dobré nebo špatné.

Na některých školách v Liberci (např. ZŠ Kaplického) si děti se školním rozhlasem zkoušejí práci moderátorů i dramaturgů vysílání. Nedílnou součástí mediální výchovy by měly besedy s profesionálními pracovníky a zajímavými osobnostmi ze všech druhů médií a příbuzných oborů.

V této kapitole bych chtěl poradit vyučujícím a rodičům, jak pomoci s mediální výchovou našich dětí. Poradit jim témata, která by mohla vhodně ovlivnit formování názoru dětí na média jako sdělovací prostředek.

- ✓ Co jsou to média a proč tady jsou. Jaké jsou jejich cíle, úkoly.
- ✓ Vysvětlit žákům, že existují pořady s jednotlivými žánry (zaměřením). Vysvětlit jim vhodnost pořadů pro jejich věk.
- ✓ Diskuze nad médii jako takovými. Veřejnoprávní versus soukromé. Rozdíly v jejich koncepci.
- ✓ Diskuze s žáky na téma, na jaké pořady se dívají a proč. Co jim pořady přináší (nové informace, vynálezy, vědecké objevy atd.), nebo naopak zda pořady nesledují jen, aby si zkrátily volný čas.
- ✓ Jazyk v médiích. Spisovná a nespisovná čeština, vulgarismy, dvojsmysly ... atd.
- ✓ Diskuze s žáky bezprostředně po zhlédnutí nějakého filmu, přečtení knihy, či zhlédnutí koncertu apod. Při besedě je důležité zaměřit se na přínos i záporné stránky. Nechat prostor jednotlivým žákům, každý má jiný úhel pohledu.
- ✓ Nepřipravené či připravené interview. Žáci se učí formulovat nejen odpovědi, ale – což je těžší – přesně a pro třídu zajímavě klást otázky. S otázkami typu: „Líbil se ti ten film?“ se dlouho nevystačí.

- ✓ Projekt na dané téma. Sice časově náročnější, ale na druhou stranu se zapojí celá třída. Témata mohou být různá. Oblíbené knihy, časopisy, webové stránky, rozhlasové nebo televizní stanice. Po prezentaci je důležitá zpětná vazba učitel - žák.
- ✓ Jednoduše vysvětlit princip fungování médií. Přiblížit žákům jak se natáčí film, rozhovor, jak se píše článek. Vyzdvihnout skutečnost, že ve filmu či v reklamě se vyskytují triky, které s realitou nemají nic společného!
- ✓ Reklama a děti. Vysvětlit dětem, že reklama na nás číhá na každém rohu a že sušenka, kterou si koupíme na základě doporučení reklamy, nebude chutnat možná tak skvěle, jak tvrdila reklama. Vysvětlit pojmy skrytá reklama, cílená reklama, reklamní kampaň apod. Vysvětlit, k čemu je reklama dobrá a jaké má kladné a záporné stránky.
- ✓ Rozlišení reality od fikce. Bulvární časopisy a média často zveřejňují polopravdy, či úplné lži. Pomoci se dětem v této problematice zorientovat. Vysvětlit proč některá média záměrně převracejí fakta. Jaké jsou jejich důvody.
- ✓ Reality show. Fenomén dnešní doby. Vysvětlit dětem co to vlastně je reality show a proč se vlastně vysílá.
- ✓ Zkusit děti zapojit do práce na školním časopisu. Ve školním časopise se zúročí například práce z fotokroužku, dobrý sloh nebo výtvarné citění. Dobré je dětem rozdělit role a vysvětlit jim, že na jednotlivých článcích se musí spolupracovat, jinak že se dílo nikdy nepodaří.
- ✓ Pozvat do školy na diskuzi s dětmi někoho, kdo pracuje v nějakém médiu. Děti bude určitě zajímat práce rozhlasového, či televizního reportéra. Tento host by jim mohl vysvětlit, kde čerpá témata pro svou práci. To by mohlo dětem pomoci třeba při realizaci školního časopisu.
- ✓ Dát dětem námět na trávení volného času, kdy se i něco nového naučí. V Liberci existuje dětská televize, kde se děti učí práci redaktorů, kameramanů, zpravodajů apod.

2.1.15 KURZY MEDIÁLNÍ VÝCHOVY PRO UČITELE NA ZŠ

Školení je určeno pro zájemce z řad pedagogických pracovníků, kteří se chtějí stát lektory tohoto volitelného školení **modulu P** organizovaného v rámci Státní informační politiky ve vzdělávání.

Modul je určen pro pedagogické pracovníky, kteří chtějí používat multimediální techniku a metody mediální výchovy při přípravě na výuku, v rámci výuky nebo při práci ve volitelných předmětech či zájmových útvarech.

Cílem modulu je, aby pedagogický pracovník získal základní kompetence k použití multimediální techniky ve výuce v rámci své aprobace a bude schopen aplikovat základy mediální výchovy. Absolvent bude vybaven základními znalostmi pro praktickou činnost s dětmi v oblasti přípravy a práce s multimediální technikou. Získá základní teoretický přehled o problematice práce dětských tvůrčích skupin ve výuce, základy teorie médií a rozvoje kritického myšlení.

Bližší informace jsou na portále Ministerstva školství nebo na webových stránkách <http://www.medialnivychova.cz/>

3. PRAKTICKÁ ČÁST

3.1 ANALÝZA TV PROGRAMŮ PRO DĚTI A MLÁDEŽ

V této kapitole bych chtěl rodičům a učitelům nabídnout průřez současnou televizní tvorbou pro děti. Přehled pořadů je vždy doplněn stručnou charakteristikou, stopáží a rokem výroby. Věnoval jsem se analýze pořadů, které stanice vysílaly v rozmezí září – prosinec 2005.

3.1.1 ČESKÁ TELEVIZE – ČT1, ČT2



Česká televize v našem státě plní funkci veřejnoprávního média, které je zpoplatněno **podle zákona o rozhlasových a televizních poplatcích, § 9.**

Měsíční výše televizního poplatku od 1.10.2005 činí 100,- Kč. Od 1.1.2007 bude jeho výše 120,- Kč měsíčně a od 1.1.2008 je poplatek zákonem stanoven na 135,- Kč.

Česká televize také od 1.10.2005 podle zákona č. 348/2005 Sb. osvobodila školy od koncesionářských poplatků. Školy zapsané ve školském rejstříku dle školského zákona (mateřské, základní a střední školy) **nemusí od 1.10.2005 platit televizní poplatek**, od kterého jsou nadále osvobozeny. Poslední poplatek školy zaplatily za září 2005.

V České republice, stejně jako ve většině evropských zemí, existují dva typy provozovatelů televizního vysílání: **veřejnoprávní televize** vysílající jako služba veřejnosti a **komerční televize** vysílající za účelem dosažení zisku.

Rozdílné důvody jejich existence jsou také příčinou rozdílného způsobu jejich financování.

Komerční televize v České republice - NOVA a PRIMA - mají veškeré příjmy z reklamy a dalších komerčních aktivit, čemuž výrazně přizpůsobují svůj program. Čím vyšší má reklama sledovanost, tím vyšší je cena a tedy i zisky. Proto vysílají komerční televize pořady s co nejvyšší sledovaností. **Česká televize**, jako televize veřejné služby, má programové povinnosti stanovené zákonem, nevysílá pro většinu, ale pro **každého občana**. Rozhodujícím příjmem je příjem z televizních poplatků, který je doplněn příjmem z velmi omezeného reklamního vysílání.

Televizní poplatek je **solidární platba** všech držitelů televizních přijímačů.

Skutečnost, že Česká televize může mít příjem také z přesně vymezené podnikatelské činnosti, zejména z reklamy, umožňuje, že je televizní poplatek nízký.

Česká televize nevytváří podnikatelský zisk a veškeré své příjmy přímo či nepřímo vynakládá na plnění své služby veřejnosti - tedy na vysílání a tvorbu televizního programu.

Zákon jí také ukládá, jaké pořady má vysílat a kolik času musí věnovat pořadům pro děti a mládež.

3.1.1.1 POŘADY URČENÉ DĚTI A MLÁDEŽ

Angličtina pro nejmenší



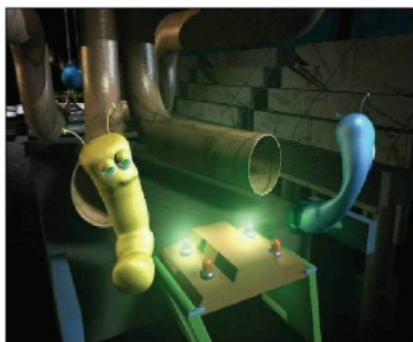
Základ každého dílu kombinovaného kurzu Angličtina pro nejmenší, který je určen především dětem, ale také jejich učitelům, rodičům i dospělým začátečníkům, tvoří kreslený seriál z produkce BBC English „Muzzy in Gondoland”. V pohádkové zemi se děti setkají nejen s postavičkou Velkého Muzzyho, ale i s králem, královnou, princeznou, zahradníkem a dalšími hrdiny, kteří nás budou příběhem provázet.

Pro děti-začátečníky je však obtížné orientovat se v anglických dialozích stylizovaných postaviček, nemají totiž český překlad. Proto budou naše děti provázet do anglické pohádky prostředníci. Přiblíží jim v různých situacích předměty, symboly a činnosti, které znají z české reality tak, aby děti pochopily jejich význam i v angličtině. Jsou to Derek (anglický herec a spíkr BBC Hugh Kernode) a jeho papoušek Ringo. Derek odlétá do Gondolandu a papoušek, který mluví jen česky, stejně jako naše děti, se musí začít učit anglicky, aby „Gondolanským” rozuměl.

Kompletní anglické texty té části každé lekce, která se týká kresleného seriálu „Muzzy in Gondoland”, vydalo SNTL a SPN, kde také vyšly barevné pracovní sešity pro děti.

V roce 2005 se Angličtina pro nejmenší vysílá vždy v pondělí v 14,05 hod. na ČT 2 a reprizuje se v televizním vysílání pro školy v úterý 10,10 hod. na ČT 2. Stopáž pořadu je 11 minut. Rok výroby 1990.

Bludiště



Dynamická, vědomostní a zábavná soutěž nejen pro teenagery, v níž dvě soupeřící soutěžní družstva ve třech kolech prokazují své znalosti, ale rovněž šikovnost, obratnost a smysl pro humor v recesistických a akčních disciplínách. Cílem soutěžního družstva je vyluštění tajenky. V prvním kole mohou soutěžící získat nápovědní písmena, ve druhém luští tajenku a ve třetím zápolí o ceny.

V první části soutěže musí družstvo správné odpovědi ještě potvrdit v zábavných disciplínách. Jen tak získá nápovědní písmeno do závěrečné křížovky. Vyhraje-li v potvrzující disciplíně soupeř, písmeno zůstává v moderátorově banku.

Někdo má víc v hlavě, někdo víc ve svalech. Tímto způsobem se vlastně vzájemné handicapy soupeřících mužstev srovnávají a soutěž je vyrovnanější a napínavější. Navíc si myslíme, že je Bludiště v tomto hávu pro diváka i pro soutěžící úsměvnější a zábavnější, dodává dramaturg pořadu Jaromír Vrlík. Samozřejmě se snažíme pořád něco vylepšovat a vyvíjet. Nechceme, aby se disciplíny opakovaly, takže vymýšlíme stále další a další, stále pracujeme na záběrové a střihové složce pořadu, aby byl co nejdynamičtější. I závěrečný boj o ceny, předpokládající ovšem úspěšnost jak v disciplínách, tak ve druhém, znalostním kole, je založen na štěstí.

Komentář k pořadu dostupný na WWW:

<<http://www.czech-tv.cz/program/detail.php?idp=1181257803&day=1133391600&time=16:35&ch=1&deid=582>>.

V roce 2005 se Bludiště vysílá vždy ve čtvrtek v 16,35 hod. na ČT 1 a reprizuje se v pátek v 15,10 hod. na ČT 2. Stopáž pořadu je 27 minut . Rok výroby 2005.

Byl jednou jeden život

Francouzský animovaný seriál pro děti o stavbě a funkci jednotlivých orgánů lidského těla.

V roce 2005 se Byl jednou jeden život vysílá vždy v sobotu v 7,00 hod. na ČT 1 a reprizuje se v neděli v 8,35 hod. na ČT 1 a pak dále v úterý v 18,35 na ČT 2. Stopáž 26 minut . Rok výroby 1986.

Edův pohádkový balík

Jů a Hele uvádějí pásmo pohádek pro celou rodinu.

Meg a Mog (Meg a děťátko) - Bořek Stavitel (Eskymák Bořek) - O človíčkovi (Jak mu nechtěly uletět včely) - Včelka Mája (Mája a neposlušný mravenec) - Pan Tau (Pan Tau a tisíc kouzel)



Kohout Eda



Jů a Hele



Bohumil Klepl

Z celého pojetí pořadu je zřejmé, že tvůrci chtěli přijít s něčím novým (i když se tam objevují už klasické postavy **Jů a Hele**) a podstatně náročnějším než pojetí typu Pohádková neděle. Kromě nové dekorace a nových moderátorů se objevují např. **ankety**, kde různé osobnosti pošlou dětem tzv. **Větu do penálu**, větu, kterou stojí za to si opakovat, objeví se tu také krátké **Básničky nad postýlku** apod. Další novinkou je vysvětlování některých **událostí, pojmů či slov**, se kterými se děti v běžném životě setkávají.

Jsou to pojmy jako: terorista, demokracie, EU, koalice, olympijské hry apod. Prostě to, o čem se nějakým způsobem mluví a o čem děti slyší.

V roce 2005 se Edův pohádkový balík vysílá vždy v neděli v 7,30 hod. na ČT 1 a reprizuje se v úterý ve 13,35 hod. na ČT 2. Stopáž pořadu je 102 minut. Rok výroby 2005.

Hra na zelenou

Co dělají děti pro to, aby se Země nemračila. Dokument s ekologickou soutěží.



Zábavně soutěžní pořad pro děti se věnuje výhradně ekologické problematice. "Voda, vzduch a zem, ti patří sem, my ne tak nutně, hlavy z písku ven, nebo ten sen skončí dost smutně...", zpívá se v úvodní písničce tohoto soutěžního ekologického pořadu.

Hry se zúčastní družstva dětí z celé republiky a předmětem jejich soutěžení je příroda, její poznávání a ochrana, a to v těch praktických podobách. Průvodci pořadu jsou odborníci, kteří dokáží o tajemství přírody i jejím ohrožení hovořit způsobem, jakému děti rozumí a zaujme je.

V roce 2005 se Hra na zelenou vysílá vždy v pondělí v 16,35 hod. na ČT 1 a reprizuje se ve středu ve 14,15 hod. na ČT 2. Stopáž pořadu je 22 minut . Rok výroby 2005.

Kostičky

Dětská encyklopedie s klaunem Kostkáčem a písničkami.



Člověk nemá takovou sílu, jako mají zvířata, ale má rozum, který mu pomáhá přijít na to, jak sílu zvětšovat. Třeba taková tyč, té se říká páka. Pevný kámen snadno rozrazíme klínem. Starým dobrým pomocníkem je i kolo, které umí roztáčet další kola. To jsou převody motorů a jeřábů. Vypadá to jako kouzlo, ale je to magnet. Co přitahuje a co ne? Malí diváci se v devíti minutách dozvídají zábavnou formou o věcech, které lidem usnadňují a zjednodušují život.

V roce 2005 se Kostičky vysílají vždy v úterý v 16,05 hod. na ČT 1 a opakují se ve středu v 8,40 hod. na ČT 1 a pátek ve 14,00 hod. na ČT 2. Stopáž pořadu je 9 minut. Rok výroby 2000.

Kouzelná školka

Pohádky a povídky pro nejmenší.



Kouzelná školka je oblíbený pořad pro nejmenší, který uvádí již šestým rokem Česká televize. Každý týden se v pořadu střídají Michal Nesvadba, Magda Reifová a Dáda Patrasová. Autorem scénářů je Michal Nesvadba.

V roce 2005 se Kouzelná školka vysílá vždy v pondělí v 16,05 hod. na ČT 1 a reprizuje se v úterý v 8,30 hod. na ČT 1. Stopáž pořadu je 28 minut. Rok výroby 2005.

Medúza

Pořad vznikl v Ostravě už v roce 1992 jako písničkový automat, pak byl nějakou dobu součástí magazínu Mini-Maxi.



Medúza dostala od **podzimu 1999** také zbrusu nový kabát. Ten se netýkal jen dekorace, ale zejména obsahu, který měl být více kontaktní.

Hudební týdeník s hitparádou Medúza získal **křišťálovou vázičku v kategorii Televizní dokumentární, publicistický a soutěžní pořad** na 31. Dětském filmovém a televizním festivalu Oty Hofmana v Ostrově na Karlovarsku. Zároveň si z přehlídky **Aleš Juchelka** odvezl cenu pro nejsympatičtějšího moderátora.

Na 32. festivalu Oty Hofmana v Ostrově Medúza znova zabodovala a obhájila obě loňská prvenství. Dětská porota udělila pořadu opět **Křišťálovou vázičku** a **cenu pro nejoblíbenějšího moderátora** tentokrát obdržel **Richard Krajčo**.

V roce 2005 se Medúza vysílá vždy ve středu v 16,35 hod. na ČT 1 a reprizuje se ve čtvrtek v 15,30 hod. na ČT 2. Stopáž pořadu je 28 minut . Rok výroby 2005.

Sezame, otevři se





Tento oblíbený vzdělávací seriál pro děti už dávno znají děti nejen na amerických kontinentech, ale i v Evropě. Na rozdíl od jiných animovaných seriálů, které děti pouze baví, je tento přímo zaměřen na program, který by se dal nazvat "škola hrou" v tom nejlepším smyslu toho slova. Animaci střídají především loutkové, ale i živé výstupy. Děti (ty nejmenší především, ale jinak všechny, které baví si hrát) budou opět provázet chlupaté, střípaté nebo jenom plyšové postavičky Ernieho, Berta, Žabáka Kvaka, Bohouše, Elma, Keksíka a Počtáře se všemi svými radostmi i stesky, písničkami a všelijakými zážitky. Mezitím se také podíváme po světě, ale i po domě, povíme si, co je hora a co jezero, co je nahoře a dole, jaké jsou části těla, co je počítač, co znamená kapající kohoutek, kdo je kamarád a spoustu dalších věcí. Při tom všem se ale budeme hlavně bavit.

Seriál se v současné době promítá ve více než 160 zemích světa, každý rok je obnovován a aktualizován, mnozí, kteří se na své postavičky dívali jako děti, už vyrostli. Seriál je však evergreenem televizních stanic po celém světě.

V roce 2005 se pořad Sezame, otevři se vysílá vždy v pondělí v 8,30 hod. na ČT 1 a reprizuje se v sobotu v 7,05 hod. na ČT 1. Stopáž pořadu je 27 minut. Rok výroby 1996. Originální název je Open Sesame.

Večerníček

Televize v Čechách začala pravidelně vysílat 25. února 1954. Večerníček se začal „klubat“ na svět již v roce 1963 pod jménem **Stříbrné zrcátko**, což byly nedělní podvečerní pohádky s nepravidelnou stopáží. Velmi populární se stal např. **Robot Emílek**. Večerníčkem se nedělní pohádka stala až 2. ledna 1965 a první pohádkou byl **Kluk a kometa** režiséra Ludvíka Ráží za účasti Černého divadla a Štěpánky Haničincové.

Jak se vysílalo:

1965 - 1967: jednou týdně v neděli

1967 - 1969: třikrát týdně, v úterý, čtvrtek a neděli

1970: čtyřikrát týdně, přibyl pátek

1971: pětikrát týdně, přibyla středa

1972: šestkrát týdně, denně kromě soboty

1973: denně



Proslulá večerníčkovská znělka (která je vůbec nejstarší českou televizní znělkou a jednou z nejstarších v Evropě) vznikala v červenci a srpnu roku 1965. **Výtvarníkem** byl **Radek Pilař** a **režisérem** **Václav Bedřich**, který svěřil **animaci** **Antonínu Burešovi** (dědečkovi známého herce Marka Vašuta).

Hudbu zkomponoval **Ladislav Simon** a hlas propůjčil Večerníčkovi tehdy pětiletý **Michal Citavý**, který trávil prázdniny v blízkosti Prahy. Nad realizací znělky (tehdy ještě černobílé) bdělo pozorné oko produkční KF – studia Bratři v triku, paní **Zdenky Deitchové**.

Prvním Večerníčkem, jemuž předcházela znělka s dnes známou postavičkou Večerníčka, byla pohádka režiséra Václava Bedřicha **O televizním strašidýlku**. Příběh je vyprávěn kombinací kreslené animace a fotek.

Večerníček ale tehdy zdaleka nemohl sledovat každý, protože televizi neměla každá domácnost. S rozvojem televize ale diváků přibývalo. V březnu **1965** jich byly již 2 miliony (na zhruba tolika obrazovkách se tedy poprvé objevil Večerníček), v prosinci **1969** byla překročena hranice 3 milionů a v roce **1978** překročil počet hlášených televizních přijímačů 4 miliony.



Krkonošská pohádka



Bob a Bobek na cestách, Létající

První barevný Večerníček mohli diváci sledovat v roce 1973. Jediným čistě hraným Večerníčkem je seriál **Krkonošské pohádky** (1974) režisérky Věry Jordánové. **Nejdelším** seriálem Večerníčku je s počtem 52 dílů **Bob a Bobek na cestách** (2005), režie Ivo Hejman.

Nejstarším žijícím režisérem Večerníčku je legendární Václav Bedřich, narozen 28. 8. 1918.

Za dobu čtyřiceti let Večerníčku bylo vytvořeno cca **300 seriálů**, od roku 1991 do roku 2005 (březen) bylo odvysíláno **120 premiér**. **Nejpoužívanější technologií** realizace Večerníčku je kreslená animace, následuje plošková a loutková.

Večerníček je nejžádanějším programem ČT při prodeji, kromě všech evropských zemí se dostal i do vzdálených zemí jako je Austrálie, Malajsie, Spojené arabské emiráty, Turecko, Japonsko, Čína, Korea, Indonésie, Keňa, Zimbabwe, Island a další.

V roce 2005 se Večerníček vysílá každý den v 19,00 hod. na ČT 1. Stopáž pořadu je 8 minut.

Znáte je ?

Co o osobnostech české kultury možná nevíte?

Učí se o nich už několik generací školáků, ale přesto je možná neznáme dobře. Proto vzniká série medailonků těchto "**čítankových osobností**", které přináší zajímavosti ze života a ukázky z děl těchto klasiků. Například první díl je věnovaný spisovateli A. Jiráskovi, v dokumentu se malí diváci seznámí s místy, spojenými s jeho životem a z archivu ČT uvidí ukázky z televizních pořadů na motivy jeho knih.

V roce 2005 se pořad Znáte je ? vysílá vždy v pondělí v 8,30 hod. na ČT 2 a reprizuje se ve středu ve 14,40 hod. na ČT 2. Stopáž pořadu je 14 minut . Rok výroby 2005.

Zpívánky

Čtyřminutový pořad, kde si děti mohou zazpívat se známými herci, kteří vystupují v jednotlivých dílech. V pořadu se vyskytují převážně písně lidové.

V roce 2005 se Zpívánky vysílají denně vždy kolem 8,00 hod. nebo 14,00 hod. na ČT 1. Stopáž pořadu je 4 minuty . Rok výroby 1997.

AZ-kvíz Junior



Vědomostní soutěž AZ-kvíz Junior se připravuje v brněnském studiu České televize. Název koresponduje také s hrací tabulí, na níž jsou otázky skryty pod políčky označenými písmeny abecedy od A do Zet. Soutěž kombinuje tematicky pestré vědomostní otázky se strategickou hrou. Ta spočívá v obsazování polí na hrací tabuli a v jejich propojení do souvislého řetězce, jenž spojí tři strany trojúhelníku. Základní podmínkou účasti v soutěži je návštěva 6. nebo 7. třídy základní školy, případně primy nebo sekundy víceletého gymnázia.

V roce 2005 se AZ-kvíz Junior vysílá v premiéře každou sobotu v 9,25 hod. na ČT 1. Stopáž pořadu je 27 minut . Rok výroby 2005.

3.1.2 TV Nova

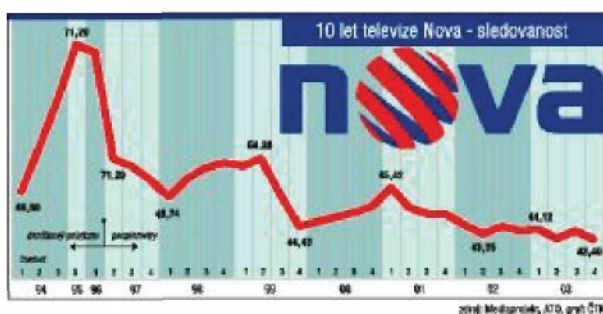


Nova je nejstarší komerční televize u nás, která začala vysílat 4.2.1994 a její licence vyprší 30.01. 2017. Tato televize se pro intelektuály stala symbolem pokleslé zábavy. Naopak u dětí zabodovala na plné čáře, což vyplývá z mého výzkumu.

Před jedenácti lety nabídla českým divákům nový formát zpravodajství a publicistiky, nekonečné telenovely a erotické seriály, soutěže, v dalších letech přidala lechtivé Počasíčko a erotickou talk show a staronové estrádní pořady.

Při podrobném pročtení licenčních podmínek televize Nova jsem zjistil, že tato televize nemusí věnovat ani jedno % svého vysílacího času dětem. Její cílovou skupinou jsou lidé starší 15 let. Přesto Nova vysílá i pořady, které mohou sledovat děti, a vybírá z osvědčených zahraničních formátů.

A tak nám nezbývá nic jiného než pomoci našim dětem ať už v roli učitele, či rodiče s výběrem pořadu, který by je mohl nějakým způsobem obohatit.



Vývoj sledovanosti televize Nova v průběhu deseti let jejího trvání.

3.1.2.1. Pořady pro děti a mládež

Asi největší počet pořadů najdeme v nabídce této televize o víkendu v čase od 5:40 hod. do 10,25 hod..

Ferda

Ferda mravenec, brouk Pytlík, Beruška a další staří známí v německém animovaném seriálu z roku 1999.

Walt Disney a jeho kouzelný svět

Americké animované filmy z produkce Walta Disneyho.

Tom a Jerry

Věčně rozhádaná dvojice Tom a Jerry se odhodlaně vrhají do soubojů a honiček, které možná ještě žádná kočka ani myš nezažila... Americký animovaný seriál.

Nová cestománie



Populární cestopis, který diváci už dobře znají, se přestěhoval na obrazovku TV Nova. Dostal nový kabát a novou znělku. Jednotlivé dokumenty ukazují, jak se žije v jednotlivých částech naší planety.

I když je tento pořad primárně určen dospělým divákům, myslím si, že bude poučný i pro děti od čtvrté třídy výše.

V roce 2005 se Nová cestománie vysílá každou středu ve 22,20 hod. Z důvodu velmi pozdního vysílacího času bych doporučoval rodičům pořad nahrát na video, či DVD a pouštět v příhodnějším čase dětem. Stopáž pořadu je 40 minut .

ESO



Leoš Mareš uvádí hitparádu TV Nova. Ta je často plná různých dvojsmyslů, které děti vnímají a pak velmi často používají.

V roce 2005 se Eso se vysílá vždy v sobotu 10,25 hod. Stopáž pořadu je 80 minut.

Koření - magazín reportáží



Magazín je jakousi směsicí zajímavých, tedy kořeněných, reportáží ze všech koutů světa.

Malí i velcí diváci se dozvědí o zajímavostech z nejrůznějších oblastí života. Medicíny, showbyznysu, politiky, zeměpisu, ekologie, cestování atd. Třeba křest nové desky Madonny, speciální telefon pro hluchoněmé či nákupní košík, který vypočítá cenu zboží, indiánský kmen, žijící jako v době kamenné, zajímavý objev z živočišné říše, výbuch sopky, karneval v Rio de Janeiru nebo třeba reportáž o budování Mezinárodní kosmické stanice. Jednotlivé reportáže jsou tři až čtyřminutové.

Podobné pořady jsou ve světě velice oblíbené a dokládají, že poznávání lehkou a zábavnou formou diváky přitahuje.

I když je tento pořad primárně určen dospělým divákům, myslím si, že bude poučný i pro děti od páté třídy výše. V roce 2005 se magazín Koření vysílá každou neděli v 8,30 hod. Stopáž pořadu je 40 minut .

Víkend - zajímavý a zábavný magazín



Průvodci a společníky Víkendu jsou moderátorské dvojice Televizních novin. Pokaždé vidíte tu dvojici, která v daný týden moderuje Televizní noviny.

Pravidelné i nepravidelné rubriky

Historický okamžik seznámí se vzrušujícími okamžiky historie, jako bylo např. přistání na Měsíci, ztroskotání Titaniku, uzavření míru v občanské válce Jihu proti Severu, vznik Zlaté buly sicilské.

Osobnost

Představí vynikající domácí i zahraniční osobnosti – Roald Amundsen, Jaroslav Hašek, Mr. Bean, Jurij Tabarin.

Na vlastní kůži

Reportéři „na vlastní kůži“ pronikají do tajů nejrůznějších povolání – spisovatel, profesionální fotbalista, zvířecí psycholog, toaletářka, dřevorubec.

Domácí rádce

Poradí, jak si počínat při konverzaci s cizincem, když obě strany hovoří pouze svou mateřštinou, kam uložit peníze, aby přibývaly, či jak zatočit s nepříjemnými mravenci v kuchyni.

Očima dětí

Kratička, veselá a bezprostřední rubrika, v níž děti z mateřské školky, první nebo druhé třídy budou komentovat problematiku daného dílu.

Hod' si to a jed'

Originální rubrika, v níž reportér hodí šipkou do mapy ČR a na místo, kde se šipka zabodne, se vydá a natočí o něm a o lidech, kteří tam žijí, reportáž.

V rámci **nepravidelných rubrik** se ve Víkendu např. objevil rozhovor s Keanu Reevesem nebo Sandrou Bullockovou.

Pořad nenásilnou formou divákům ukazuje různé historické události, co se skrývá za určitým povoláním nebo jak si poradit v běžných životních situacích.

I když je tento pořad primárně určen dospělým divákům, myslím si, že bude poučný i pro děti od páté třídy výše. V roce 2005 se magazín Víkend vysílá každou neděli v 9,15 hod. Stopáž pořadu je 50 minut .

M.A.S.H. 4077

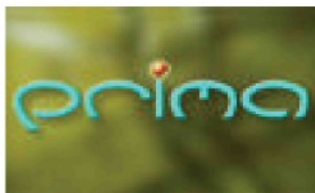
Snad nekonečný seriál nabitý kladnými hrdiny, dobrem, jež vždycky na konci dílu porazí zlo, nekonečná moudrost plukovníka Poterra, laskavý B.J., citlivý Hoki a zdánlivě nepřístupná Margaret jsou zárukou kvalitního 35minutového požitku. Takový seriál, i když z válečného prostředí, poukazuje na zbytečnost válčení a citlivě vysvětluje důvody nenávisti mezi národy, ale zároveň nijak nezatěžuje těžkými tématy, která jsou schopny dobře pochopit i děti. Vše je podáváno úsměvnou formou, i když je ten humor leckdy hořký.

My všichni školou povinní

V seriálu můžeme sledovat životní příběhy žáků, učitelů i jejich rodin, které spojuje jedna škola. Setkáme se s malým prvňákem Jirkou Olivou, jeho bratrem Lubošem, s Jitkou Povejšovou a Barčou Hrdinovou, Jolankou a Jindrou Joklovými. V neposlední řadě je tu učitelský sbor: oblíbený učitel Lamač, ředitelka školy, krásně nesympatická nervní učitelka Hajská, nastupující učitel Michal Karlík a nová pionýrská vedoucí Jana Vychodilová, učitelka Zmatlíková a mnoho dalších. Všichni tu prožívají své osudy, někdy se vzájemně prolínající, a nejen děti, ale i dospělí zjišťují, že se stále mají čemu učit a že jsou v životě i situace a věci, které už se nedají vzít zpět. Pochopitelně nechybí ani přiměřená dávka humoru. Jednotlivé postavy jsou vcelku věrohodně napsány i zahrány, takže diváky vtáhnou do děje, který společně s nimi mohou prožívat. A přitom si opět zavzpomínat na ta svá školní léta...

Při sledování s dětmi by bylo dobré vysvětlit jim některé věci, které už neplatí.

3.1.3 TV PRIMA



Televize Prima je naše druhá soukromá celoplošná televize, která začala vysílat na přelomu roku 1994/95 a její licence vyprší 28.06. 2018. Tato televize se především specializuje na seriály rodinného typu. Dalo by se říct, že nevysílá tak násilné programy jako Nova, přesto u ní jako u Novy nenalezneme žádné pořady, které by byly určeny jen pro děti. Má v tomto směru zcela stejné licenční podmínky jako televize Nova. Pořady pro dětské diváky najdeme v nabídce této televize o víkendu a jinak především v období svátků a prázdnin.

3.1.3.1. Pořady pro děti a mládež

Datel Woody



Datel Woody a jeho neuvěřitelná dobrodružství... Americký animovaný seriál. Vysílá se ve večerních hodinách a má krátkou stopáž na způsob Večerníčku, který není od konce srpna 2005 vysílán z důvodu reality show Vyvolení.

Letem světem

I když je tento pořad primárně určen dospělým divákům, myslím si, že bude poučný i pro děti od páté třídy výše. Jednotlivé dokumenty ukazují nejkrásnější a nejzajímavější místa naší planety. V roce 2005 se magazín Letem světem vysílá každou neděli v 8,00 hod. Stopáž pořadu je 60 minut. Rok výroby 1999.

Svět 2005



Pořad zahraničních reportáží z jednotlivých koutů světa. Ukazuje životní styl a společenské úrovně jednotlivých kultur. Magazín zachycuje velmi poutavé, aktuální či bizarní události a předkládá je velmi objektivně.

I když je tento pořad primárně určen dospělým divákům, myslím si, že bude poučný i pro děti od páté třídy výše. V roce 2005 se magazín Svět 2005 vysílá každou neděli v 9,00 hod. Stopáž pořadu je 25 minut .

T-music



Hudební hitparáda T-music v sobě skrývá hitparádu kombinovanou s lifestyleovým magazínem. Pořad je určen pro široký okruh mladých televizních diváků. Přináší informace o všem zajímavém, co přináší současná popkultura v širokém slova smyslu. Kostrou pořadu t-music je **singlová hitparáda**. Nasazení jednotlivých klipů není časově omezeno. **Hlasování do hitparády probíhá pomocí SMS zpráv**. Kromě hudebních klipů zhlédnou diváci i rozhovory, ankety a hlavně reportáže, jejichž obsahem jsou zajímavosti z oblasti módy, filmu, životního stylu, techniky a dalších okruhů. Pořad moderuje Libor Bouček. Při sledování pořadu narazíme na řadu dvojsmyslů, které děti vnímají a pak velmi často používají.

V roce 2005 se T-music vysílá vždy v sobotu 11,00 hod. Stopáž pořadu je 60 minut.

Sobotní a nedělní odpoledne

Sobotní a nedělní odpoledne věnuje televize Prima většinou českým filmům, které jsou vhodné i pro děti.

Například: 26.11. 2005 v 16,45 hod. Na samotě u lesa. Typická pražská rodina chce poznat kouzlo obyčejného venkovského života. Průvodcem se jim stává neodolatelný samorostlý chalupník Josef Kemr. Česká filmová komedie (1976).

3.2 Výzkum

V praktické části jsem provedl výzkum na 1. stupni ZŠ. Zvolil jsem nejpoužívanější pedagogickou výzkumnou techniku, metodu dotazníku, která se mi jevila pro daný výzkum jako nejvhodnější.

3.2.1. Výzkumné problémy

1. Jak ovlivňují sledovanost televize dětmi rodiče?
2. Sledují děti spíše pořady pro dospělé nebo pro děti?
3. Jaký faktor ovlivňuje výběr pořadu dětmi?
4. Ovlivňuje chování dětí reklama?
5. Ovlivňuje chování dětí reality show?

Výzkumné problémy jsem ověřil na vzorku libereckých žáků, v roce 2005 na dvou základních školách. A to na ZŠ Sokolovská a ZŠ Kaplického se žáky čtvrté třídy. Na dotazníky odpovídalo 60 žáků 1. stupně ZŠ, z toho 27 dívek a 33 chlapců.

3.2.2 Metoda a realizace výzkumu

Jako metodu výzkumu jsem zvolil nestandardizovaný dotazník s otevřenými uzavřenými položkami, ve kterých jsem se jednotlivými okruhy otázek zaměřil na výzkumné problémy.

Dotazníky byly žáky vyplněny dne 1.12. 2005 na ZŠ Kaplického a 2.12. 2005 na ZŠ Sokolovská. Před vlastním výzkumem bylo znění dotazníků konzultováno s pedagogickými pracovníky. Výzkum proběhl na obou školách ve stejných čtvrtých ročnících. Dětem jsem před vlastním vyplňováním dotazníku vysvětlil vlastní postup vyplňování. Potom děti velmi zodpovědně vše vyplnily. Pokud nebylo někomu něco jasné, vysvětlil jsem mu to individuálně. S dotazy toho typu jsem se setkal jen dvakrát, kdy se jednalo o slabší žáky, kteří měli problémy se čtením.

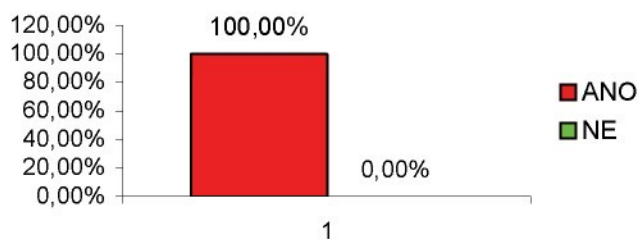
Vyplňování zabralo dětem přibližně dvacet minut. Po vyplnění jsem dětem poděkoval za spolupráci a odpověděl na několik drobných dotazů.

Výzkumu se zúčastnilo celkem 60 žáků. Z toho bylo 27 dívek a 33 chlapců. Dotázány byly celkově tři čtvrté třídy.

3.2.3. Vyhodnocení výzkumu

Mým cílem bylo zjistit, kolik času tráví děti před televizní obrazovkou, které TV pořady jsou pro ně atraktivní. Dále jsem se pak zaměřil na televizní reklamy a míru násilí, která je v nich obsažena. V neposlední řadě mě zajímalo, zda fenomén reality show ovlivňuje chování dětí.

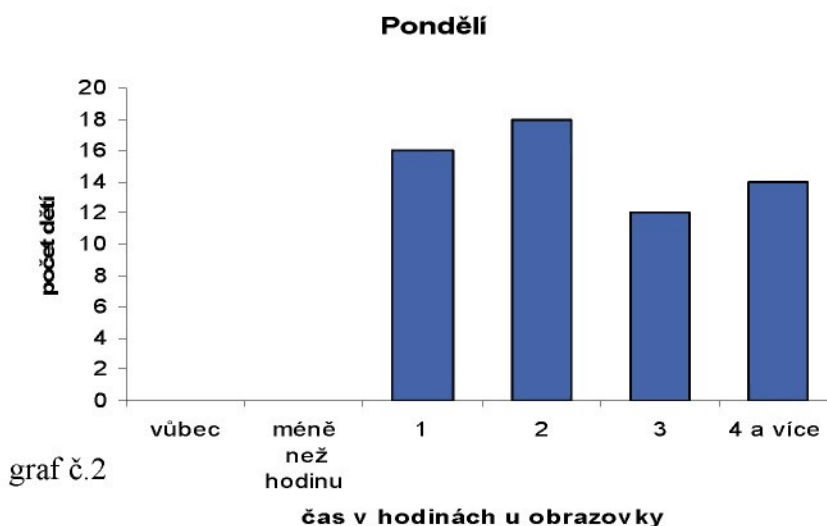
1) Díváš se na televizi denně?



graf č.1

Z výsledků vyplynulo, že každý žák z výzkumu se dívá denně na televizi.

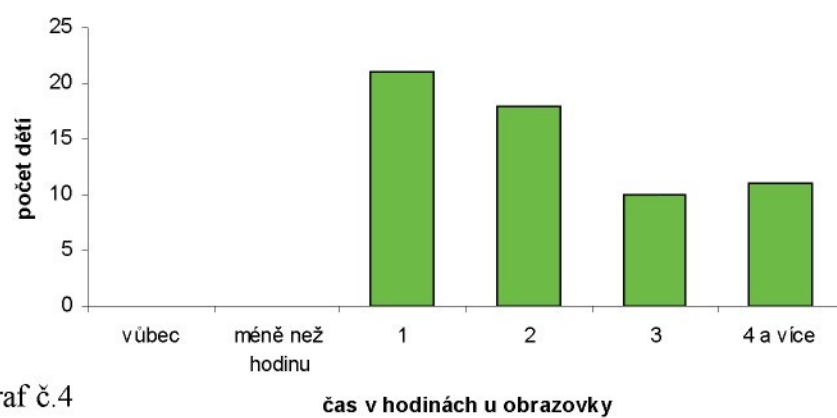
2) Kolik hodin denně sleduješ televizi?



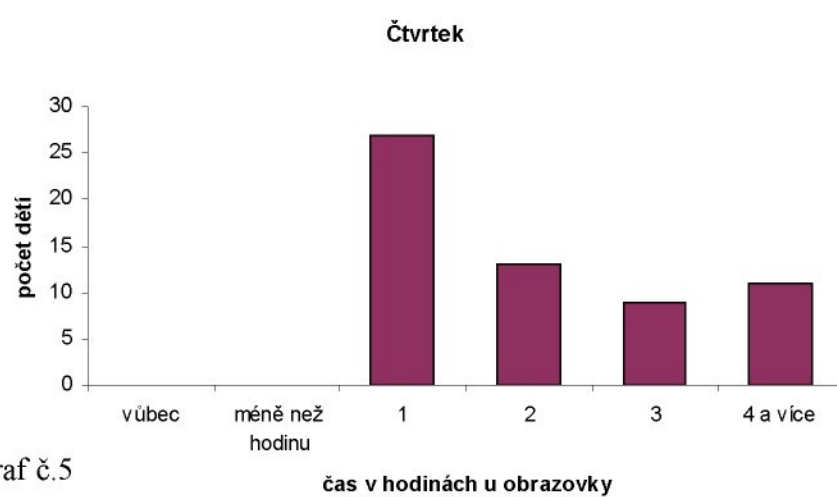
graf č.2



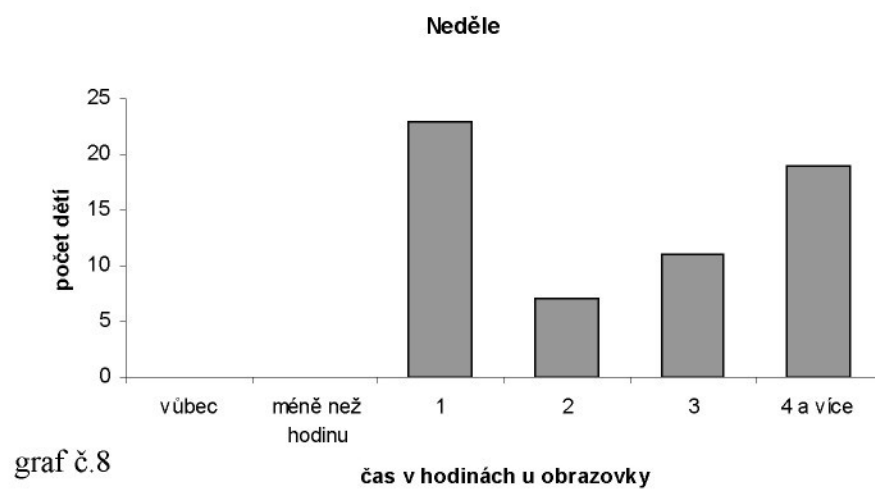
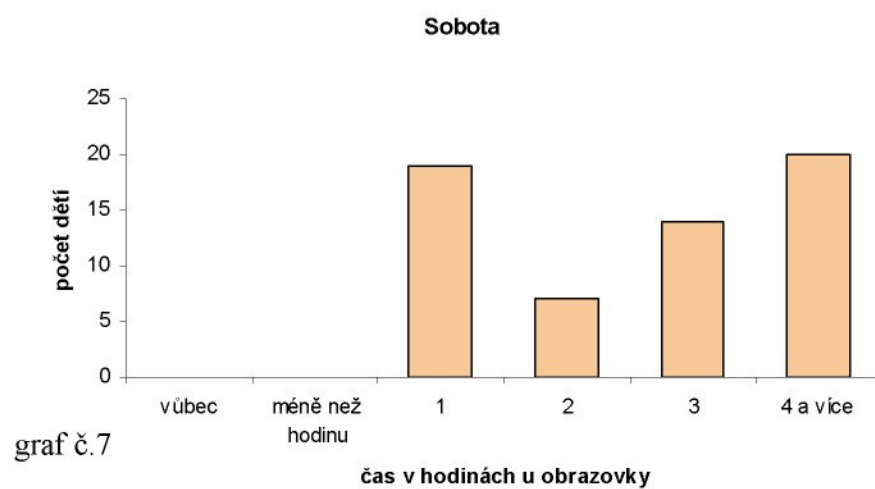
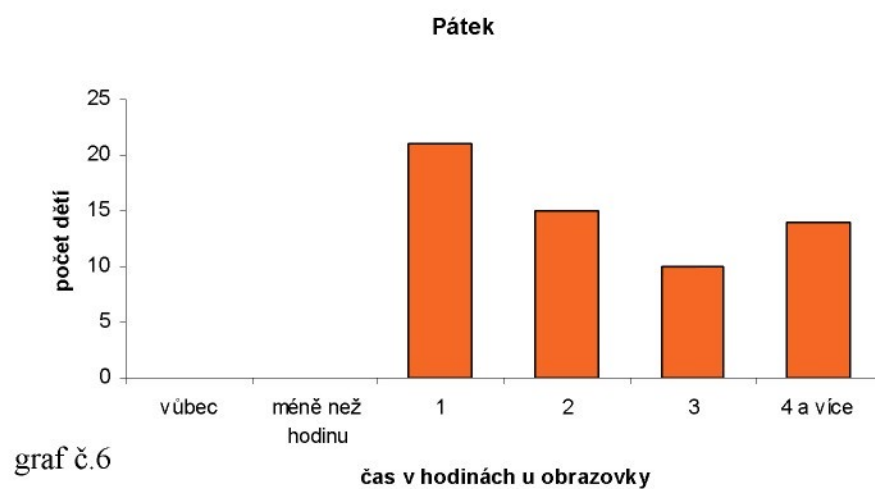
graf č.3



graf č.4



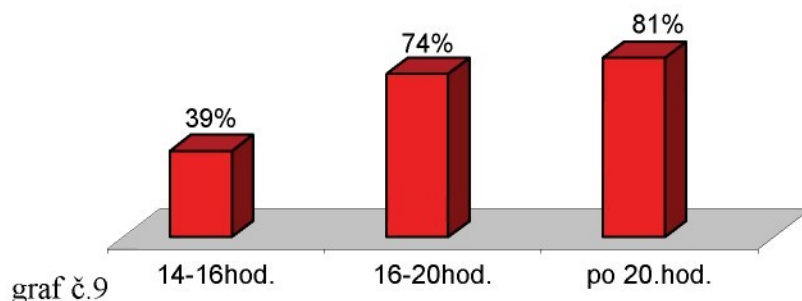
graf č.5



Jak je vidět z grafů jednotlivých dnů, tak se v mém výzkumu neobjevil žádný žák, který by se nedíval vůbec nebo méně než hodinu denně na televizi. U týdenní sledovanosti, dosahuje podíl jedné hodiny 34%. Následují dvě hodiny, čtyři a více hodin s podílem 24 % a na posledním místě je tříhodinová sledovanost s 18 % týdenním podílem. Průměrný žák čtvrté třídy za týden stráví před televizní obrazovkou 16 hodin.

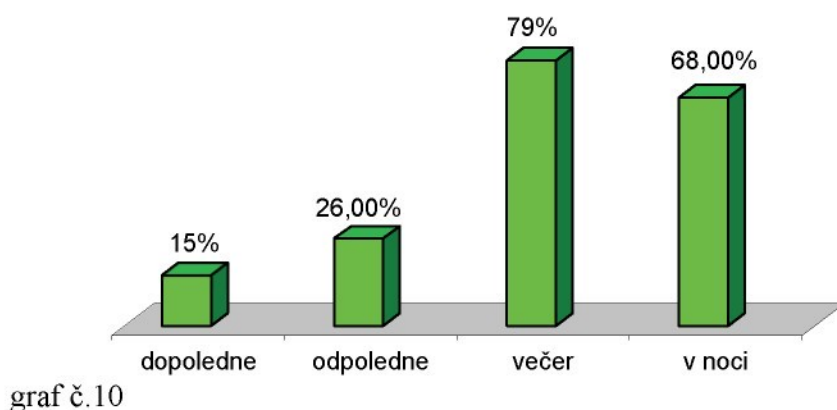
3) V jakém čase se na televizi díváš nejčastěji?

Sledovanost televize v pondělí až pátek v závislosti na denní době



Z dotazníku je patrné, že děti sledují ve všední den televizi nejvíce po 20. hodině. Zde se prakticky shodují s výsledky sledovanosti agentury Mediaresearch zabývající se průzkumem sledovanosti televize v ČR (viz. Kapitola 2.2.3. Mluvit, mluvit a zase mluvit).

Sledovanost o víkendu v závislosti na denní době



Ani o víkendu se situace proti republikovému průměru nemění. Děti sledují televizi nejvíce večer a překvapivě i v noci. Dopolední a odpolední programy malé diváky

očividně neoslovují. Ve večerních časech a v noci televize vysílá programy určené pro dospělé diváky, které nejsou pro děti ve většině případů vhodné. Nárůst sledovanosti v těchto časech může být způsoben také tím, že v těchto časech běží reality show, které u dětí ve sledovanosti vedou před dospělými diváky. Podrobné informace o sledovanosti jsou dostupné na www.mediaresearch.cz.

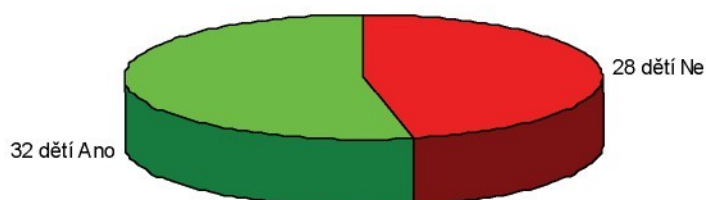
4) Proč se díváš na televizi?



V této otázce jsem zkoumal to, co vede děti k tomu, proč sledují televizi. Smutná je skutečnost, že nuda přivádí malé diváky k obrazovce. Tady se můžeme opět domnívat, že děti jsou často samy doma, a tak si dlouhou chvíli zkracují u televizní obrazovky.

5) Máš v pokojíčku televizi?

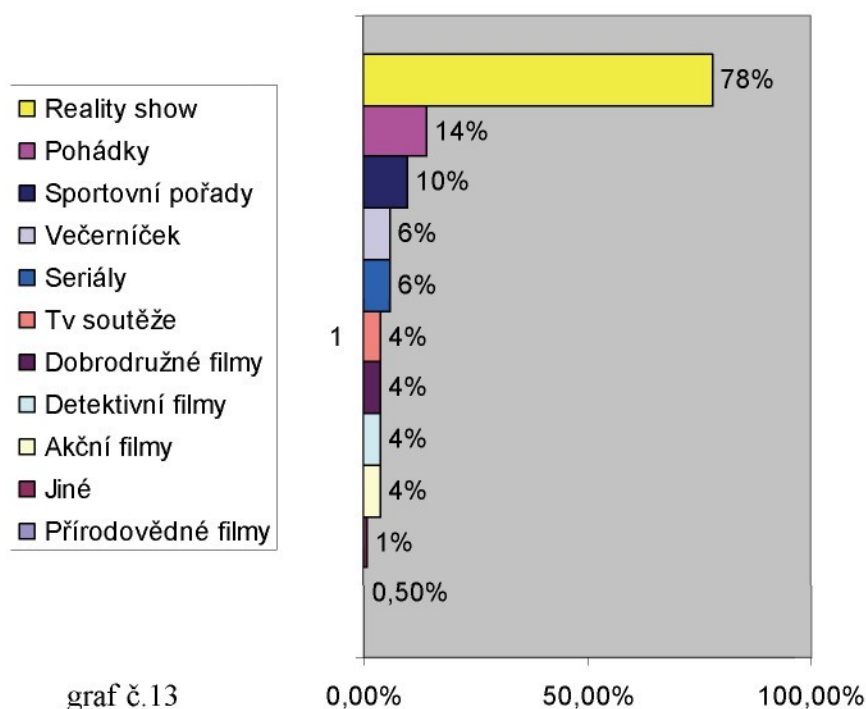
Televize v dětském pokoji



graf č.12

V této otázce zjišťujeme, že televize se začíná vkrádat do dětských pokojů. Výsledky se opět shodují s výzkumem Unicef (viz. kapitola 2.2.6 Reklamy). Tím, že je televize v dětském pokoji, se samozřejmě snižuje regulační vliv rodičů na sledování televize.

6) Na jaké pořady se díváš nejraději?



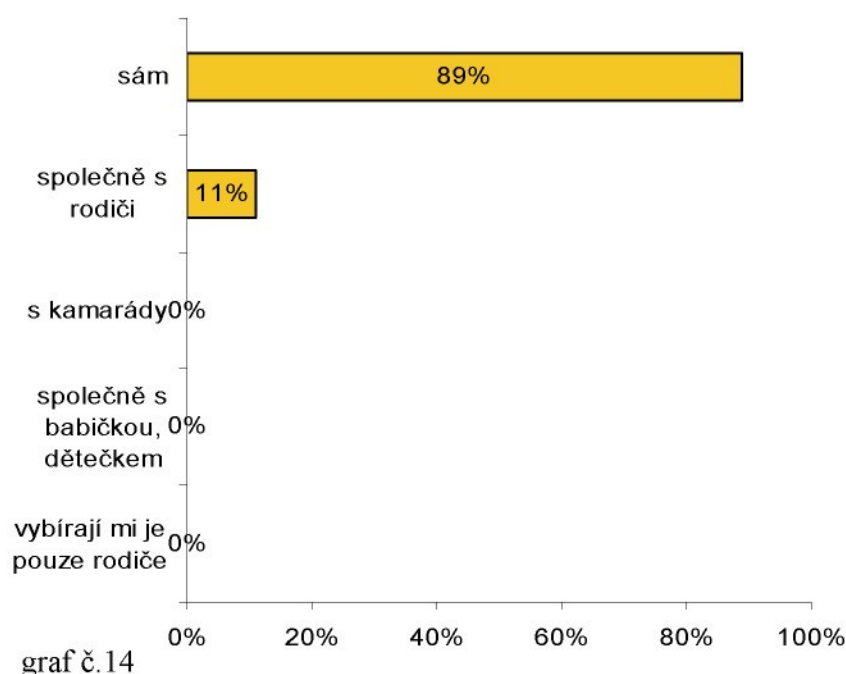
graf č.13

V této otázce mohly děti volit více pořadů. Na plné čáře s náskokem několik desítek procent vyhrály reality show. Tento pořad zaznamenal u dětí větší úspěch než dříve vysílaná Superstar (bližší informace na www.mediaresearch.cz). I když tento typ pořadu malým divákům nenabízí nic, co by je mohlo obohatit, přesto patří k nejsledovanějším. Zde by určitě vyučující a rodiče mohli zakročit vhodným rozhovorem o tomto typu pořadu. Naopak o pořady, které by děti něčím obohatily a vzdělaly, není prakticky žádný zájem. Tomu nasvědčuje i fakt, že společnost dává přednost soukromým televizím před veřejnoprávními médii (bližší informace na www.mediaresearch.cz).

7) Proč se ti tyto pořady líbí?

Zde se zaměřuji na dílčí odpovědi, kde děti odpovídaly individuálně, vlastními slovy. Smutné je zjištění, že se dětem líbí pořady s pokleslou zábavou typu reality show. Hlavním důvodem sledování tohoto typu pořadu je, že se dětem líbí například hrubá mluva, nadávky a slova, která dříve neznaly. Ty pak s větším, či menším úspěchem používají ve škole. Příkladem jsou slova „Fičák“, „Hučák“, „Hustý“, „Buzík“, atd. Zde se výpovědi dětí shodují s kapitolou 2.3. Reality show zrcadlo dnešní doby.

8) Televizní pořady si vybíráš?



V této otázce jsem se dozvěděl, že si děti v 89% vybírají televizní pořady samy, nikoliv že jim pomáhají rodiče, prarodiče, či někdo jiný. Výsledek opět potvrdil můj předpoklad.

9) Povídáš si s rodiči či jiným dospělým o tom, co jsi v televizi viděla(a)?



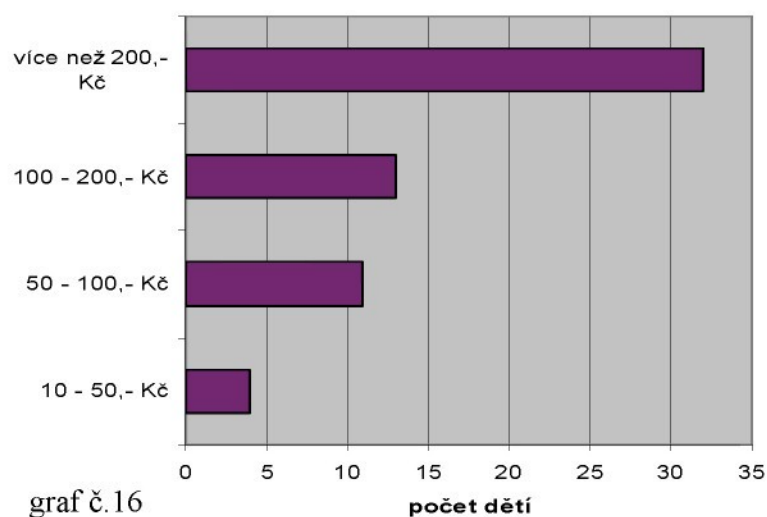
graf č.15

Komunikace o televizních pořadech mezi dětmi a rodiči ukazuje, že zhruba polovina dětí si s dospělým promluví o tom, co viděla v televizi, a druhá polovina ne. Zde se mi potvrzuje kapitola 2.2.3 Mluvit, mluvit a zase mluvit.

10) Je nějaký předmět, který jsi viděl v televizi a chtěl bys ho mít? (z reklamy, ze seriálu, pohádky, reality show, apod.)

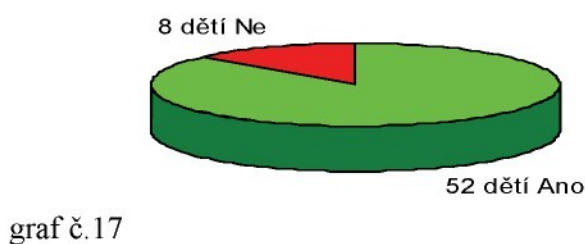
Zde opět děti měly prostor pro své individuální odpovědi. Z těch nejčastějších vybírám: *Chtěl bych notebook, světelný meč, tričko Vyvolených, reklamní předměty Vyvolených, penál Vyvolených, postel Kačky z Vyvolených*. Jen ve dvou případech děti odpověděly, že nechtějí nic. Opět se zde potvrzuje vliv reality show na děti. Děti chtějí, co jim nabízí velmi dobře cílená reklama.

11) Kolik bys za takový předmět byl ochoten dát peněz?



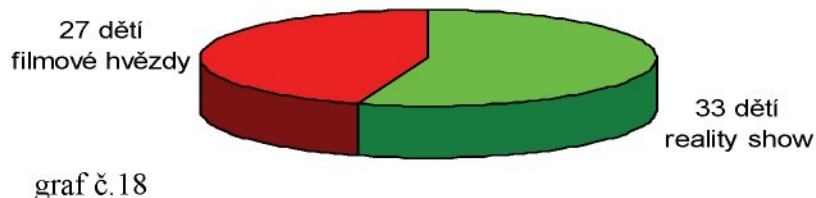
Z grafu vyplývá, že děti za předmět, který chtějí mít, jsou ochotny dát i víc peněz, než je jeho skutečná cena. Je to dáno tím, že chtějí v kolektivu svých spolužáků mít něco, co ostatní nemají. Také zde hraje důležitou roli to, že reklamy děti doslova vybízejí k nákupu. To musíš mít, jinak nebudeš „In“. Znovu se mi potvrzuje kapitola 2.2.6 Reklamy.

12) Chodíš do nějakého zájmového kroužku? (sportovní, gymnastický, hra na hudební nástroj, kreslení, počítačový, fotografický)



I když děti sledují poměrně hodně televizi, přesto většina z nich navštěvuje nějaký zájmový kroužek. Tyto kroužky mají periodicitu jednou, maximálně dvakrát týdně a trvají průměrně hodinu. Díky tomu nemohou příliš ovlivnit sledovanost televize. Důvody, proč děti nenavštěvují více kroužků, jsou v podstatě dva. Jsou to finanční možnosti rodičů a zájem samotných dětí o kroužky. Tyto závěry vyplývají z mé učitelské praxe a z rozhovorů s dětmi a rodiči.

13) Obdivuješ více filmové hvězdy, nebo lidi z reality show?



Z grafu je patrné, že dětem se o něco více líbí lidé z reality show. Opět bych tento výsledek přičítal tomu, že děti jsou ovlivněny rodinou, spolužáky, reklamou, společností. Jistě je nezanedbatelná skutečnost, že se jedná o typ pořadu, který je v našich zeměpisných šířkách zcela nový a neokoukaný.

14) Proč se ti tito hrdinové líbí?

U této otázky dostaly děti prostor pro vlastní názory. Z odpovědí vyplývá, že se děti s hrdiny ať už filmovými, či z reality show v podstatě ztotožňují. V názorech dětí můžeme vypožorovat, že by se chtěly chovat jako oni, mluvit jako oni, oblékat se jako oni a v neposlední řadě být slavní jako oni. Zde se mi potvrzuje kapitola 2.2.7 Pseudohvězdy – vzor dětí

15) Jaká reklama se Ti nejvíce líbí?



reklama na brambůrky Lays

Tato reklama v mém dotazníku u dětí vyhrála na plné čáře.

Oč ve spotu jde? Dospívající vnuk odchází z návštěvy u svých prarodičů a těsně u dveří mu z rukou vypadne sáček lupínků. Vrhne se po něm jeho chromá babička. Jenže na brambůrky má chuť i její manžel.

Koncem své hole jí rychle podtrhne nohy, a když spadne, tak ji holí přitlačí k podlaze. Tím spot zdaleka nekončí. Když se totiž sáčku s chipsy zmocní on, žena z kapsy vytáhne jeho zubní protézu a nahlas se mu směje, stejně si nepochutná.

Spot uzavírá návrat vnuka, který hašteří se dvojici brambůrky s vítězným úsměvem sebere.



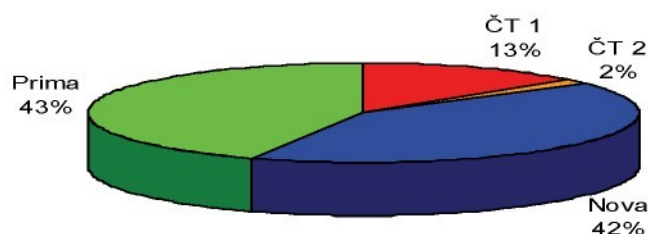
reklama na brambůrky Lays

Je to trochu smutný výsledek. Děti mohly v této otázce uvést reklamu dle svého uvážení, nemusely z ničeho vybírat. Přesto vyhrála reklama, která ukazuje ponižující obraz seniorů. Podle bližšího průzkumu oblíbenosti reklam u dětí mě to osobně nijak nepřekvapuje. Před nedávnem u dětí bodovala reklama na internetový server Centrum. Scénka, v níž žena v čínské restauraci svěří svého psa Bobíka na hlídání obsluze a zvíře se jí vrátí na talíři pod pokličkou. Opět se mi potvrzuje kapitola 2.2.6 Reklamy.



reklama na brambůrky Lays

16) Jaká je Tvoje neoblíbenější televizní stanice?



graf č.19

Zde mezi dětmi vyhrály soukromé televize a to i přes to, že nemají v licenčních podmínkách zastoupeny ani procentem pořady pro děti a mládež. Naopak o speciální pořady určené pro děti a mládež není prakticky žádný zájem. A tak nám nezbývá nic jiného, než si dětmi promluvit o pořadech, na jaké se dívají, a apelovat také na rodiče, aby nám byli v tomto směru nápomocni.

3.2.4 Vyhodnocení stanovených problémů

1. Jak ovlivňují sledovanost televize dětmi rodiče?

Můj výzkum se ztotožnil s tím, co uvádí odborná literatura, a co jsem se domníval i ze své učitelské praxe. Rodiče prakticky vůbec nezasahují dětem do sledovanosti televize. Děti si volí pořady samy a rodiče v tomto směru prakticky jejich potřeby neregulují. Ty pak koukají často večer a v noci na pořady, které pro ně nejsou vhodné.

2. Sledují děti spíše pořady pro dospělé nebo pro děti?

I v tomto případě se mi potvrdil názor odborníků. Děti se prakticky vůbec nezajímají o pořady, které jsou pro ně primárně určeny. Naopak největší zájem je v současné době o reality show. To také potvrzuje i má učitelská praxe.

3. Jaký faktor ovlivňuje výběr pořadu dětmi?

Děti především ovlivňuje faktor reklamy a módnosti. Tématem číslo jedna jsou u dětí reality show. Ten, kdo je nesleduje, se stává v kolektivu outsiderem. Rád bych prezentoval i názory rodičů, kteří se mi při rozhovoru svěřili, že dětem tento typ pořadu nahrávají na video. A tak jejich děti sledují noční show v podstatě s jejich svolením. Dalším faktorem, který nemalou měrou ovlivňuje výběr pořadů, jsou rodiče a sociální klima rodiny.

4. Ovlivňuje chování dětí reklama?

Zadavatelé reklam především sází na děti. Ty jsou reklamou ovlivněny doslova na každém kroku. Nejsmutnější na tomto zjištění je to, že čím je více reklama agresivnější a ponižující, tím více u dětí boduje. Reklama na brambůrky Lays, která u dětí vyhrála na plné čáře, je toho smutným důkazem. Děti si tímto do podvědomí ukládají, že je přeci jednodušší někoho kopnout, sebrat mu něco, ponížit ho, než se o něco zasloužit nebo někomu pomoci. Dalším olejem do ohně jsou i již zmiňované reality show, kde se jednotliví účastníci pomlouvají a kradou si věci.

5. Ovlivňuje chování dětí reality show?

Ano ovlivňuje. Děti se chtějí chovat jako lidé z reality show. Mnohé se z nich už tak chovají. A tak malé holčičky si začínají vyhrnovat tričko jako Regina a kluci už vědí co je to „fíčák“ nebo „hučák“. Kromě nových slov chtějí mít reklamní předměty z těchto pořadů a ve školní družině si místo na slepou bábu hrají na Petra Zvěřinu či Michala Fraše.

5. ZÁVĚR

Hlavním cílem diplomové práce bylo zaměřit se na problematiku sledování televize dětmi a vyzdvihnout negativní faktory, které mohou malým divákům uškodit. V praktické části jsem si stanovil pět výzkumných problémů, které souvisí se sledováním televize. Z mých výsledků vyplývá, že děti televizi volí za společníka z několika důvodů. Rodiče na ně nemají v uspěchané době čas a tak nuda a samota je posadí před televizní obrazovky. Obrazovka je pak vychovává a někdy se jim stává i rodičem. Můj názor, ale i zkušenosti praví, že televize dítěti více škodí než prospívá. Hlubokou rýhu, i když ne na první pohled patrnou, to v nich ale zanechává po stránce intelektuální.

Všimněme si, kolik dětí má vadu řeči, pokud vůbec třeba ve dvou letech umí mluvit ve větách. Podstatné je to, že mnozí rodiče děti k televizi odkládají, místo aby si s nimi povídali nebo hráli, což patří k základním podmínkám správného psychomotorického vývoje dítěte. Dítě místo toho, aby se učilo žít ve společnosti lidí, žije v jakémsi imaginárním světě, který s realitou má jen málo společného. Nejsem proti televizi, ale v dětském věku by se měla dávkovat jako lék, který při předávkování škodí.

Tato diplomová práce by mohla pomoci především učitelům a rodičům, aby se mohli zorientovat v současné nabídce pořadů pro děti. Bude však nutné i nadále sledovat vývoj televizních pořadů a neustrnout pouze na současné nabídce pořadů. Prostor pro tuto problematiku přinese i mediální výchova, kde se předpokládá povinné zahájení výuky podle nového Rámcového vzdělávacího programu v 1. a 6. ročníku od školního roku 2007/08.

5. POUŽITÁ LITERATURA

- MICHALEC, Z. *Dítě a televize*. Praha : SPN, 1965. 53 s.
- BERÁNKOVÁ, R. *Jak děti vnímají reklamu*. Propsy, 4, 1998, č. 7 s.10 – 11
- BLAŽEK, B. *Tváří v tvář obrazovce*. Praha : Sociologické nakladatelství, 1995. 199 s. ISBN 80-85850-11-7.
- MATĚJČEK, Z. *Rodiče a děti*. Praha : Avicium, 1989. 335 s.
- MATĚJČEK, Z. *Prvních 6 let ve vývoji a výchově dítěte*. Praha : Grada Publishing, 2005. 182 s. ISBN 80-247-0870-1.
- BIDDULPH, S. *Proč jsou šťastné děti šťastné*. Praha : Portál, 2000. 139 s. ISBN 80-7178-411-7.
- BENNETT, S. J., BENNETT, R. *365 zábavných činností bez televize*. Praha : Portál, 1998. 389 s. ISBN 80-7178-257-2.
- ŘÍČAN, P., PITHARTOVÁ, D. *Krotíme obrazovku*. Praha : Portál, 1995. 62 s. ISBN 80-7178-084-7.
- ČESKÁ TELEVIZE. *Ročenka České televize 2004*. Praha : Česká televize, edice útvaru Obchod a komunikace, 2004.
- PRŮCHA, J. *Moderní pedagogika*. Praha : Portál, 2002. 481 s. ISBN 80-7178-631-4
- DOSTÁL, L. Děti a televize. *Děti a my*. Praha : Atlas, 1993. roč. 23, č. 4, s. 12-13. ISSN 0323-1879.
- ČÁP, J., MAREŠ, J. *Psychologie pro učitele*. Praha : Portál, 2001. 655 s. ISBN 80-7178-463-X.
- VIEHOFF, H., REUYSOVÁ, E. *Jak s dětmi trávit volný čas*. Praha : Portál, 1996. 180 s. ISBN 80-7178-073-1.
- JEŘÁBEK, J., TUPÝ J. *Rámcový vzdělávací program pro základní vzdělávání*. Praha : VÚP, 2004, s. 92 -94
- ŠULOVÁ, L., ROSENBAUMOVÁ, K. *Některé aspekty vlivu sledování televize na dítě*. In: Československá psychologie. 2002, roč. 46, č. 3, s. 225-234. ISSN 0009-062X
- UTVÁŘENÍ A VÝVOJ OSOBNOSTI. *Psychologické, sociální a pedagogické aspekty*. Brno : Barrister & Principal, 2002. 264 s. ISBN 80-85947-83-8.
- PELIKÁN, J. *Základy empirického výzkumu pedagogických jevů*. Praha : Karolinum, 1998. 270 s. ISBN 80-7184-569-8

ČESKÁ TELEVIZE. Dostupná na WWW: <<http://www.czech-tv.cz>>
TELEVIZE NOVA.. Dostupná na WWW: <<http://www.nova.cz>>
TELEVIZE PRIMA. Dostupná na WWW: <<http://www.iprima.cz>>
ČESKÁ TISKOVÁ KANCELÁŘ. Dostupná na WWW: <<http://www.ctk.cz>>
MEDIARESEARCH. Dostupný na WWW: <<http://www.mediaresearch.cz>>
REALITY SHOW VYVOLENÍ. Dostupné na WWW:
<<http://www.vyvoleni.centrum.cz>>
REALITY SHOW BIGBROTHER. Dostupné na WWW:
<<http://bigbrother.seznam.cz/bb>>

6. PŘÍLOHY

Příloha č.1: Děti a televize (dotazník)

Příloha č.2: Mediální zákon č. 231/2001 Sb., o provozování rozhlasového a televizního vysílání, ve znění účinném ke dni 1. května 2005, § 60

DĚTI A TELEVIZE

(dotazník)

Milý žáčku, prosím Tě o vyplnění následujícího dotazníku. Přečti si pozorně otázku a zakroužkuj jednu, či více z navrhovaných odpovědí. Tam, kde nejsou možnosti, napiš čitelně odpověď. Děkuji

Třída:

Věk:

Datum:

Jméno:

1. Díváš se na televizi denně?

Ano

Ne

2. Kolik hodin denně sleduješ televizi?

Pondělí	vůbec	méně než hodinu	1	2	3	4 a více
Úterý	vůbec	méně než hodinu	1	2	3	4 a více
Středa	vůbec	méně než hodinu	1	2	3	4 a více
Čtvrtek	vůbec	méně než hodinu	1	2	3	4 a více
Pátek	vůbec	méně než hodinu	1	2	3	4 a více
Sobota	vůbec	méně než hodinu	1	2	3	4 a více
Neděle	vůbec	méně než hodinu	1	2	3	4 a více

3. Jakém čase se na televizi nejčastěji?**Pondělí – Pátek:** 14-16, 16-20, po 20 hodině**Sobota – Neděle:** dopoledne, odpoledne, večer, v noci**4. Proč se díváš na televizi?**

- a) protože mě to baví
- b) protože se chci vyhnout jiným činnostem (domácí úkoly, pomoc v domácnosti)
- c) ze zvyku
- d) z nudy
- e) dívá se celá rodina
- f) chci se něco nového dozvědět

5. Máš v pokojíčku svoji televizi?

ano

ne

6. Na jaké pořady se díváš nejraději?

Pohádky	Reality show	Přírodovědné filmy	Dobrodružné filmy
Večerníček	Seriály	Akční filmy	
TV soutěže	Sportovní pořady	Detektivní filmy	

Jiné _____

7. Proč se Ti tyto pořady líbí? (zdůvodni)

8. Televizní pořady si vybíráš?

- a) sám
- b) společně s rodiči
- c) vybírají mi je pouze rodiče
- d)společně s babičkou dědečkem, tetou, strýcem
- e)s kamarády

9. Povídáš si s rodiči či jiným dospělým o tom, co jsi v televizi viděl(a)?

Ano Ne

10. Je nějaký předmět, který jsi viděl v televizi a chtěl bys ho mít? (z reklamy, ze seriálu, pohádky, reality show, apod.)

11. Kolik bys za takový předmět byl ochoten dát peněz?

10 – 50,- Kč 50 - 100,- Kč 100 - 200,-Kč více než 200,- Kč

12. Chodíš do nějakého zájmového kroužku? (sportovní, gymnastický, hra na hudební nástroj, kreslení, počítačový, fotografický)

Ano

Ne

13. Obdivuješ více filmové hvězdy, nebo lidi z reality show?

Filmové hvězdy

Lidé z reality show

14. Proč se ti líbí? (zdůvodni)

15. Jaká reklama se Ti nejvíce líbí?

16. Jaká je Tvoje nejoblíbenější televizní stanice? Zakroužkuj!

ČT 1

ČT 2

NOVA

PRIMA

231/2001 Sb.

ZÁKON

ze dne 17. května 2001

§ 60

Pokuty

(1) Pokutu ve výši od 5 000 Kč do 2 500 000 Kč Rada uloží provozovateli vysílání a provozovateli převzatého vysílání, pokud

a) zařazuje do vysílání pořady, které bezdůvodně zobrazují umírající nebo lidi vystavené těžkému tělesnému nebo duševnímu utrpení způsobem snižujícím lidskou důstojnost,

b) neplní povinnosti podle § 31 odst. 2 a 3,

c) neposkytne nezbytný vysílací čas pro důležitá a neodkladná oznámení v naléhavém veřejném zájmu podle § 32 odst. 1 písm. i),

d) skartuje záznamy odvysílaných pořadů před uplynutím lhůty uvedené v § 32 odst. 1 písm. j),

e) neposkytne Radě vyžádaný záznam pořadu do 15 dnů ode dne doručení žádosti podle § 32 odst. 1 písm. j),

f) poruší povinnosti týkající se označování programu podle § 32 odst. 1 písm. l) a m),

g) nezabezpečí v kabelovém rozvodu umístění provozovatele celoplošného vysílání podle § 54 odst. 2,

h) neoznámí Radě, že došlo k technickým překážkám vysílání, které mu brání ve vysílání podle § 32 odst. 1 písm. n),

i) poruší povinnosti nebo nesplní podmínky při vysílání událostí značného společenského významu podle § 33 odst. 1 a 2,

j) neposkytuje záznam vysílání události, která je událostí značného společenského významu, je-li v přímém přenosu vysílána jiná událost značného společenského významu podle § 33 odst. 2,

k) poruší zákaz sponzorování zpravodajských a politicko-publicistických pořadů podle § 53 odst. 2,

l) nedodrží povinnosti stanovené pro vysílání reklam, teleshoppingu a sponzorovaných pořadů,

m) neposkytne Radě údaje potřebné pro účely kontroly podílu evropské tvorby a nezávislé tvorby podle § 47 odst. 1,

n) nezdůvodní plnění požadovaného podílu evropské tvorby a nezávislé tvorby podle § 47 odst. 2,

o) nedodrží ustanovení § 32 odst. 2.

(2) Pokutu ve výši od 10 000 Kč do 5 000 000 Kč Rada uloží provozovateli vysílání a provozovateli převzatého vysílání, pokud

a) nevyhradí stanovený podíl vysílacího času pro evropská díla a pro evropská díla vyrobená nezávislými výrobci podle § 42 až 44,

b) neoznámí Radě změnu údajů uvedených v žádosti o licenci podle § 21 odst. 2,

c) nepožádá Radu předem o souhlas se změnou časového a územního rozsahu vysílání a souboru technických parametrů podle § 21 odst. 1 písm. b),

d) nepožádá Radu předem o souhlas se změnou technických parametrů, nepožádá Radu předem o souhlas se změnou územního rozsahu vysílání u kabelových systémů,

e) nedodrží časový nebo územní rozsah vysílání a soubor technických parametrů,

f) nedodrží základní programovou specifikaci,

g) neplní licenční podmínky,

h) předem Radě neoznámí změnu skutečností uváděných v přihlášce k registraci podle § 29 odst. 1,

i) nevyhradí jeden kanál k vysílání programu pro potřeby místně omezené oblasti pokryté kabelovým systémem podle § 54 odst. 1,

j) nedodrží územní rozsah vysílání u kabelových systémů.

(3) Pokutu od 20 000 Kč do 10 000 000 Kč uloží Rada provozovateli vysílání a provozovateli převzatého vysílání, pokud

a) zařazuje do vysílání pořady, které propagují válku nebo líčí krutá nebo jinak nelidská jednání takovým způsobem, který je jejich zlehčováním, omlouváním nebo schvalováním,

b) zařazuje do vysílání pořady, které obsahují podprahová sdělení,

c) zařazuje do vysílání pořady, které mohou vážně narušit fyzický, psychický nebo mravní vývoj dětí a mladistvých zejména tím, že obsahují pornografii a hrubé samoučelné násilí,

d) zařazuje do vysílání od 06.00 hodin do 22.00 hodin pořady a upoutávky, které by mohly ohrozit fyzický, psychický nebo mravní vývoj dětí a mladistvých,

e) poruší povinnosti podle § 32 odst. 1 písm. a),

f) poruší povinnosti podle § 32 odst. 1 písm. c),

g) poruší povinnosti podle § 32 odst. 1 písm. o).

(4) Pokutu od 50 000 Kč do 5 000 000 Kč uloží Rada tomu, kdo zasahuje do obsahu programu provozovatele vysílání a provozovatele převzatého vysílání v rozporu s § 31 odst. 1 a poruší povinnosti týkající se výroby a vysílání pořadů uvedených ve zvláštních zákonech. 3) , 4)

(5) Pokutu do výše 10 000 000 Kč Rada uloží tomu, kdo provozuje vysílání, aniž je k tomu oprávněn podle tohoto zákona nebo podle zvláštního zákona.

(6) Pokutu od 20 000 Kč do 5 000 000 Kč uloží Rada provozovateli vysílání a provozovateli převzatého vysílání, pokud

- a) poruší omezení některých jednání uvedených v § 21 odst. 6 a 7,
- b) poruší oznamovací povinnost podle § 58,
- c) poruší závažně licenční podmínky.