

**ČESKÉ VYSOKÉ UČENÍ TECHNICKÉ V PRAZE
MASARYKŮV ÚSTAV VYŠŠÍCH STUDIÍ**

Katedra inženýrské pedagogiky

BAKALÁŘSKÁ PRÁCE

Praha 2015

Aleš Vacek

**ČESKÉ VYSOKÉ UČENÍ TECHNICKÉ V PRAZE
MASARYKŮV ÚSTAV VYŠŠÍCH STUDIÍ**

Katedra inženýrské pedagogiky

MASOVÁ MÉDIA A JEJICH VLIV NA MLADOU GENERACI

MASS MEDIA AND THEIR INFLUENCE ON YOUNG GENERATION

BAKALÁŘSKÁ PRÁCE

Autor: Aleš Vacek
Studijní program: Specializace v pedagogice
Studijní obor: Učitelství praktického vyučování a
odborného výcviku
Vedoucí práce: Doc. PhDr. Jiří Semrád, CSc.

Prohlášení

Prohlašuji, že jsem svou bakalářskou práci vypracoval samostatně a použil jsem pouze podklady (literaturu, projekty, SW atd.) uvedené v příloženém seznamu.

Nemám závažný důvod proti zpřístupnění této závěrečné práce v souladu se zákonem č.121/2000 Sb., o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) v platném znění.

V Praze dne

podpis:

Poděkování

Děkuji vedoucímu práce, panu Doc. PhDr. Jiřímu Semrádovi, CSc., za podnětné připomínky, odbornou a metodickou podporu při zpracovávání práce a vstřícný přístup. Děkuji samozřejmě i rodině za trpělivost a pochopení.

.....
Aleš Vacek

ANOTACE

Tato bakalářská práce se zabývá problematikou současných masových médií a jejich vlivem na společnost, především pak na mládež. Poukazuje na metody, které využívají některá média za účelem ovlivnění našeho vnímání, názorů a sociálního chování. V empirické části se potvrzuje, že je zde určitý rozdíl ve vnímání a využívání médií mezi studenty gymnázia a žáky středního odborného učiliště.

Klíčová slova:

proměny společnosti, masová média, mládež

ANNOTATION

This bachelor thesis deals with problems of contemporary mass media influence on modern society, especially on young generation. It comments the methods, which some specific types of mass media use in order to influence our perception, points of view and social behavior. The results of the empiric part confirms, that there are some significant differences in media perception between the students of gymnasium and technical school.

Key words:

society changes, mass media, young generation

OBSAH

Strana

Úvod.....	7
1 Sociálně ekonomické proměny společnosti na přelomu 20. a 21. století a média.....	8
1.1 Proměny české společnosti na přelomu 20. a 21. století	9
1.1.1 Pojetí svobody v nové době.....	9
1.1.2 Vývoj české demokracie.....	11
1.1.3 Ekonomická transformace a globalizace.....	14
2 Média a jejich měnící se role ve společnosti.....	16
2.1 Masová média a jejich vývoj	16
2.2 Význam masových médií a oblast jejich působení	18
2.3 Dělení masových médií.....	20
2.4 Vliv televize.....	21
2.5 Fenomén internetu.....	25
3 Mládež a média.....	28
3.1 Vymezení pojmu mládež.....	28
3.2 Vliv rodiny a výchovy na mládež.....	29
3.3 Volný čas mládeže a média.....	32
3.4 Sociálně negativní projevy mládeže a média.....	35
4 Projekt a prezentace výsledků empirického šetření.....	39
4.1 Teoretická východiska empirického šetření.....	39
4.2 Cíle a úkoly empirického šetření.....	41
4.3 Reálné hypotézy.....	41
4.4 Popis vzorku respondentů.....	42
4.5 Analýza výzkumných nástrojů.....	43
4.6 Podmínky realizace výzkumného šetření.....	44

4. 7	Prezentace výsledků empirického šetření.....	45
4.7.1	Vyhodnocení dotazníkového šetření.....	45
4.7.2	Ověření platnosti reálných hypotéz	58
4.7.3	Shrnutí poznatků z rozhovoru.....	60
4. 8	Dílčí závěry empirického šetření.....	62
	Závěr.....	64
	Seznam použité literatury.....	65
	Seznam příloh	69

Úvod

V důsledku živelného rozvoje elektronických médií, jehož jsme svědky především v posledních desetiletích, dochází nepochybně ke změnám myšlení a vnímání a k signifikantní proměně společnosti, ve které vyrůstají naše děti. Právě ony jsou vystaveny silnému působení médií a musí si, i přes svou životní nezkušenost hledat cestu, jak budou v této přetechnizované době nakládat s nabízenými elektronicky prezentovanými informacemi. Toto téma práce jsem volil proto, že spatřuji jisté rozdíly ve vnímání světa a v postojích současné mládeže v porovnání s mou generací, a také z toho důvodu, že se zajímám o funkci a schémata působení médií na lidskou společnost.

Cílem práce bude, s oporou o analýzu odborné literatury, popsat a analyzovat názory a postoje patnáctileté a šestnáctileté mládeže k médiím. Jako vědeckovýzkumný problém si práce klade otázku, jakou roli hrají mediální produkty (televize, rozhlas, tisk, internetové zpravodajství, sociální sítě...) v životě středoškolské mládeže.

Jako pracovní hypotézu řeší práce výrok, že studenti gymnázia jsou orientováni více na četbu a konzervativnější média.

Bude se jednat o práci teoreticko- empirické povahy. Empirické šetření bude kvantitativně- kvalitativního charakteru, výzkum smíšeného designu.

V práci bude využito metody literární, metod obecně logických (analýza, syntéza), metody explorativní, techniky dotazníku a rozhovoru.

Nejvíce frekventovanými pojmy v této práci budou: masová média, nová média, mládež, společnost, rodina, výchova, postoje, hodnoty.

1 Sociálně ekonomické proměny společnosti na přelomu 20. a 21. století a média

V posledních desetiletích zažíváme velký rozmach především „nových médií“ založených na digitálním principu. V rozvinuté západní kultuře již téměř nenajdeme člověka, který by ještě nepřišel do styku s internetem. Ačkoliv historikové uvádějí, že lidstvo je de facto pod vlivem médií od nepaměti, tak teprve od poloviny 15. století, kdy Johannes Guttenberg vynalezl knihtisk, a umožnil tak zejména v Evropě rozšiřování materiálů mezi široké vrstvy obyvatelstva, hovoří přední badatelé o počátku dějin masových médií. Ale nástup digitálních médií přináší do světa informací úplně novou dimenzi. Média již nejsou něčím vzdáleným, co posloucháme, čteme, sledujeme, ale stávají se mnohem významnější součástí našich životů – aktivně do dění vstupujeme, komentujeme, hodnotíme, sdílíme, vytváříme skupiny, někteří lidé žijí dokonce jakési paralelní životy prostřednictvím sociálních sítí a celkově jsme do médií více vtahováni. Často to dochází tak daleko, že není důležité, co ten den člověk skutečně prožije, ale jak je to prezentováno na sociálních sítích, a kolika „přátelům se to líbí“.

Žijeme v „informační společnosti“, ve společnosti, kde informací je tolik, že je téměř nemožné všechny informace analyzovat, hodnotit, zamýšlet se nad nimi a vstřebat je. Pojem informační společnost, je jednou z charakteristik, která se uvádí pro odlišení společnosti na přelomu století. Události v důsledku aktivit nových médií rychle přicházejí i rychle odcházejí, jsou rychle prezentovány a to vede k tomu, že většina lidí, pouze rychle přijímá, aniž by vnímala skutečnou podstatu a hloubku problému. Způsob, jakým společnost zpracovává informace, se projevuje v médiích, která se velmi zásadním způsobem podílí na jejím vývoji. Média sehrávají mimo jiné úlohu „urychlovače“ dalších procesů jako je globalizace, europeizace, uplatňování práv občanů, demokratizace, humanizace společnosti ale i ekonomizace či uplatňování myšlenek pozdní modernity. Jedná se však o vztah symetrický, poněvadž v důsledku změn ve společnosti se svým způsobem mění i média.

1.1 Proměny české společnosti na přelomu 20. a 21. století

Procesy, které byly nastartovány již v 2. polovině 20. století a obtížněji se v tehdejší ČSSR prosazovaly, byly akcelerovány po listopadu 1989 s o to větší vehemencí. Tyto procesy přináší do společnosti velké změny. Některé přicházejí téměř okamžitě (možnost svobodně vycestovat), jiné přicházejí později v rámci transformace. Společnost se vypořádává s novými jevy, které mají dalekosáhlý vliv na její budoucí vývoj.

Mezi frekventovaná slova při demonstracích a následných „porevolučních“ diskuzích patřila svoboda, demokracie, pluralita, humanismus, svobodné podnikání, privatizace, transformace. V posledních letech jsou často skloňovanými pojmy integrace, postmodernita, globalizace. Zaměříme se na to, jakým způsobem jsou tyto termíny vnímány a jak se jejich pojetí promítá do proměn české společnosti a výchovy mladé generace.

Nově se tvořící a přetvářející se média se rychle chopila „hozené rukavice“ a podala lidem pomocnou ruku v tom, jak se orientovat v nově nabízené „svobodě“, prohlubující se demokracii, humanismu, což jsou procesy, které byly nastartovány sociálně ekonomickými a politickými změnami.

1.1.1 Pojetí svobody v nové době

Svoboda je jednou z často uváděných hodnot, které jsou pro člověka důležité. „I když na některých hodnotách jsou lidé ochotní a často i nuceni se shodnout, o tom, co jsou hodnoty, rozhoduje v zásadě jedinec sám“ (Dorotíková, 1998, s. 28). Ačkoli člověk může mít pocit, že se rozhodl sám a svobodně, možná ani netuší, jak velkou roli v jeho rozhodování sehrála moderní média. Svoboda je však pro každého rozumného člověka důležitou hodnotou a je určitě právě z těch, na kterých se většina lidí shodne. Možnost svobodně myslet, svobodně jednat, svobodně vystupovat, svobodně cestovat, svobodně se rozhodnout, jestli lidé půjdou k volbám, mít možnost svobodného náboženského vyznání. To byly věci, které si lidé v minulém režimu mohli jen stěží představit. „Svoboda ovšem není sama o sobě žádnou zárukou štěstí“ (Bauman, 2002, s. 36). Dokázala se s nově nabytou svobodou česká veřejnost řádně vyrovnat? Nebyla v jistém

slova smyslu svedena médii z cesty? Opět zde vyvstává otázka přístupu a postoji k této hodnotě, a způsobu, jakým jej společnost jedinci nastavuje. Leckdo si pojem svobody vysvětloval, jako možnost absolutní volnosti v jednání a chování bez ohledu na ostatní, tedy přístup sahající až na hranice anarchie. Tento individualistický přístup, jehož občas býváme svědky, však není tím, oč bychom měli prioritně usilovat, neboť jak říká Kraus, individualismus představuje nebezpečí pro další vývoj společnosti (Kraus, 2006, s. 17). Možná, že toto spíše individualisticky uchopené pojetí svobody se do jisté míry podepsalo na polistopadovém vývoji naší společnosti, neboť přílišný důraz na individualismus může ve svém důsledku generovat anarchii. Ovšem abychom pojetí svobody nevnímali pouze negativně, uvědomme si, že pocit svobody, který prostupuje celou společnost z počátku devadesátých let v duchu teorií sociální filosofie, posouvá „normy“ celé společnosti směrem k lidství (humanismu) a na jedince vytváří „sociální nátlak“, kterému se člověk podřizuje, a tato podřízenost je jeho osvobození (Bauman 2002, s. 37). Ono osvobození v tomto pojetí v podstatě představují jakési mantinely, které společnost dává jedinci. Jedinec je pak „osvobozen“ v mnohých záležitostech od hledání správného přístupu a přijímá obecně platné normy. Často citovaným příslovím je, že „svoboda jednoho končí tam, kde začíná svoboda druhého.“ Je však v současnosti pravý smysl tohoto výroku skutečně naplňován? Lze se domnívat, že tomu tak úplně není.

Společnost je pod velmi silným vlivem masových médií a tyto velmi mocně napomáhají budovat ony mantinely. Ve společnosti dnes snad nenajdeme rodinu, kam by nová média určitým způsobem nepronikla, často se můžeme setkat s názorem, že nová média jsou pro moderního člověka nezbytností. Máme zde nyní sice svobodu slova, ale ta se jeví být spíše zdánlivou. V západních demokraciích se historickým vývojem ustavil „model svobody tisku“, v němž se média podílejí na ustavování politické komunikace v tržním prostředí, kde platí, že obsah sdělení ve zpravodajských médiích nevyhnutelně odráží zájmy těch, kteří je platí (Jiráček, 2009, s. 124). Je to skutečná svoboda? Možná málokterý čtenář novin si uvědomuje, že skutečným posláním dnešních svobodných novin je „objektivně“ informovat především v zájmu majitelů. Naše svoboda slova spočívá v tom, že můžeme volně vyjadřovat své myšlenky, ale naše názory na různá společenská témata se utvářejí především na základě informací získaných prostřednictvím médií, o jejichž svobodě lze s úspěchem pochybovat. Logicky je tím dotčena i naše svoboda myšlení. Varovným příkladem nám

zde budiž například plánované okrádání důchodců na předváděcích akcích, kam jsou zváni díky prostřednictvím promyšlených, lákavě a seriózně se tvářících reklam. Pojem absolutní svoboda je pojmem vágním a určitě nemůže být zcela realizován, už díky tomu, že člověk je součástí společnosti a je zákonitě, jak bylo výše uvedeno, pod jejím vlivem. Otázkou zůstává, do jaké míry je tlak společnosti prostřednictvím všech jejích instrumentů na člověka únosný, aby se ještě svobodným mohl cítit. Každý má toto měřítko jinde a na základě něj si vytváří názor i svůj životní postoj. Samozřejmě, že při vývoji životního postoje člověka vstupuje do hry mnoho faktorů, které jej ovlivňují. Mimo dědičnosti hraje obrovskou roli výchova, prostředí, vzdělání, zájmy... přesto má každý člověk stále možnost, se jaksí „doformovat“ sám, byť na něj působí vlivy, které si uvědomuje a často i neuvědomuje. Moderní výchova by však měla pamatovat i na přípravu jedince z hlediska rozhodovacích procesů, které se odehrávají na pozadí boje hodnot, názorů, postojů a vlastností. Přestože může být člověk ovlivňován nejrůznějšími vlivy, vždy je na jeho rozhodnutí jaký zaujme postoj.

„Člověk může přijít o všechno kromě jediného, nikdo mu nemůže vzít poslední lidskou svobodu – vybrat si za jakýchkoli okolností svůj vlastní přístup, svou vlastní cestu“ (Urban, 2007, s. 46).

1.1.2 Vývoj české demokracie

Demokracie, která se v porevolučním období velmi často skloňuje, je pojmem, který je různě vykládán a chápán. Mnozí se odvolávají na demokracii 1. Republiky, je ale otázkou, zda ona byla skutečně vybudována, protože byla již počátkem 30. let narušována válečnými přípravami. Dle jedné z definic se jedná o podíl lidu (každého jednotlivce) na vládě. Nepředpokládá však pouze zvolení svých zástupců ve volbách, nýbrž aktivní účast ve veřejném dění, apelaci na poslance, zastupitele... Jak uvádí Bělohradský (1992), demokracie přímo vyžaduje, aby se lidé účastnili kolektivního rozhodování, aby chodili na různé schůze, shromáždění, porady, aby se účastnili veřejných diskusí atd. (Bělohradský, 1992, s. 19).

Mezi lidem spíše převládá názor, že demokracie znamená možnost svobodně vyjadřovat své názory, či dokonce dělat si, co uznám za vhodné, bez ohledu na okolí. Je fakt, že vrcholní představitelé, kteří se aktivně podílejí na vládě, založené na demokratických principech v občanech mohou takovéto představy díky svému nekultivovanému jednání evokovat. Demokracie by neměla být jenom o vládnutí a

prosazení svého názoru, ale také o pocitu odpovědnosti vůči celé společnosti a úctě a respektu k protivníku. Občané však jsou především díky médiím téměř denně svědky vzájemného napadání a stává se pravidlem, že politici neopomíjejí při jakékoli příležitosti ve svých projevech vždy urazit, či zesměšnit zástupce opozičních stran, kteří samozřejmě oplácejí stejnou mincí. Občané pak možná právem zažívají deziluzi z fungování standartních politických stran (Keller, 2007, s. 56). Když k tomu přidáme aroganci a pocit moci, který někteří představitelé rádi dávají najevo, není divu, že v lidech se pocit spolupodílnictví na vládnutí příliš nevyvíjí. Občané pak často mohou nabýt dojmu, že demokracie v českém podání není to, co by přinášelo skutečné hodnoty a dochází k jakémusi „vystřízlivění z růžových snů o bezprostředním a lehkém přechodu od totality k demokracii“ (Lukeš, 2014, s. 24). Možná úskalí tohoto přechodu společnosti si mnozí uvědomovali a například Bělohradský krátce po roce 1989 varuje, že demokratický ideál nebo tradice země, její kultura a mravy se mohou postupně vyčerpat a vládnoucí menšina mohou uniknout ze své funkce delegovaného „nástroje většiny“ (Bělohradský, 1992, s. 127). V tomto smyslu mohla média sehrát negativní roli, a to v tom, jakým způsobem demokracii prezentovala a jak „kultivovaně“ na společnost působila.

V Československu po roce 1989 vznikalo nepřeberné množství politických stran a hnutí, z nichž mnohé měli ambice se podílet na vládě, která měla vzejít z prvních novodobých svobodných parlamentních voleb v roce 1990, které měly být ve vývoji hlavním demokratickým mezníkem (Gjuričová, Kopeček, 2008, s. 38). Z počátečních vizí „nepolitické politiky“ naše scéna později přechází do klasického demokratického soupeření politických stran, či mocenských uskupení. V posledních letech do tohoto soupeření vstupují i nová hnutí, která deklarují svou nepolitičnost. Společnost často po neblahých zkušenostech s děním okolo privatizace a dalších podivných kauz zažívá určité znechucení politikou a těmto novým hnutím dává šanci. Popularitu získávají a ztrácejí strany také zásluhou svého mediálního obrazu.

Tak jako v minulém režimu byla média mocným nástrojem stranické propagandy, stávají se dnes nástrojem vytvářejícím veřejné mínění. Média jsou dnes neodmyslitelným nástrojem, který ulehčuje jednotlivcům i celé společnosti vnímat a poznávat objektivní realitu (Urban et. al. , s. 167). V tomto „ulehčení“ spatřují leckterá politická hnutí mocný nástroj, jak veřejné mínění ovlivnit ve svůj prospěch. „Média možná nedokážou lidem říci, co si mají myslet, ale neuvěřitelně úspěšně dokážou svému

publiku sdělit, na co má myslet“ (McCombs,2004, s. 27). Díky médiím jsou lidem nabízena (vnucována) témata k zamyšlení, která se stávají tématy celospolečenskými. V dnešním demokratickém zřízení má však člověk možnost volby a díky uznávanému principu plurality, je možno sledovat různé pohledy, přístupy a názory, které se podílejí na vytváření celospolečenského klimatu. A samozřejmě je možno se na nich aktivně podílet. Avšak je otázka nakolik bývají tyto snahy úspěšné, vzhledem k tomu, jakou atmosféru svým působením média nastavila.

Demokratické principy však nespojujme pouze s politikou a veřejným životem. Demokracie funguje do určité míry i ve školství. Zde je však otázkou, do jaké míry mohou žáci (studenti) a rodiče participovat na utváření výchovně-vzdělávacího procesu a nakolik je nutné, aby se demokratické principy především v základním školství uplatňovaly. Některé koncepce s aktivnějším zapojením žáků a rodičů pracují; např. otevřené vyučování, které v plném rozsahu vyznává demokratické principy. Žáci hovoří o svých školních i mimoškolních zážitcích, podílejí se na organizaci výuky, shrnují výsledky své práce, ptají se, učí se řešit konflikty ve třídě, učí se vzájemnému porozumění a ohleduplnosti, podílejí se na tvorbě týdenního plánu, koordinují své skupinové aktivity týkající se projektů, seznamují se s novými učebními pomůckami. Tento způsob práce umožňuje individualizaci, podporuje otevřenost, samostatnost, odpovědnost i ohleduplnost k druhým (Skalková, 2007, s. 242). To je ovšem koncepce, která je takto plánovitě nastavena. Při klasickém vyučování, které se řídí především školním vzdělávacím programem, je uplatnění těchto principů problematičtější, i když zapojení žáků i rodičů je určitě přínosem. Leckdy však možná díky pokroucenému výkladu demokracie dochází ke zpochybňování autority učitele (a autorit obecně) a přílišnému zdůraznění vlivu rodičů a žáků.

Principy demokracie a plurality prostoupily celou společnost a nepochybně jí do značné míry změnily. Naše demokracie je však stále mladá a musíme doufat, a svou aktivitou přispívat k tomu, aby se vyvíjela správným směrem. Demokracie je však určitě hodnotou, které bychom si měli vážit, a dle mnohých průzkumů (např. Sak) je zřejmé že společnost jí přikládá velkou hodnotu, ovšem je třeba se s ní naučit správně nakládat.

1.1.3 Ekonomická transformace a globalizace

Velkým celospolečenským tématem, které bylo po roce 1989 často skloňováno, byla transformace celého ekonomického systému z plánovaného státního hospodářství na hospodářství tržní. Bylo jasné, že po rozpadu socialistického bloku by mnohé podniky měly v důsledku zastaralého vybavení a neefektivní výroby problémy s uplatněním se na západních trzích. Bylo proto rozhodnuto o prodeji drtivé části státního majetku do soukromého vlastnictví, které mělo garantovat lepší hospodaření. Společnost byla vystavena novému termínu – privatizaci. I zde sehrála média nepochybně velmi zásadní roli. Problematika byla prostřednictvím médií prezentována jako událost, na které všichni vydělají, a ve většině společnosti se vytvořila atmosféra důvěry a toužebného očekávání „lepších zítřků“. Privatizace, která měla dle původně prezentovaných vizí, podpořit soukromou sféru a eliminovat neefektivnost fungování státních podniků, se leckdy zvrhla v prosté rozkrádání státního majetku a mnohdy měla společnost zdání, že zcela zanikl pojem krádeže, který je jinak právním systémem vlastní. Otevřely se dveře neprůhledným, a leckdy jistě pečlivě připraveným, převodům státního majetku do soukromých rukou. „Vznikl zcela nový, český pojem tunelování, jehož obsahem je jakýmkoliv způsobem vysávat státní podniky, a to s typickou vynalézavostí, která je výsledkem učení se ze zkušeností nabytých během posledních čtyř desetiletí reálného socialismu“ (Mlčoch et. al., 2000, s. 60).

Prostý občan ztrácí iluze o férovosti celého procesu a často je kladena otázka, jestli celý proces nebyl a priori připraven pro vyvolené zájmové skupiny. Zainteresovanost občanů na kupónové privatizaci přináší možná někdy „drobný zisk drobným akcionářům“ ale především miliardové zisky „moderním podnikatelům“, kteří převedený majetek ve velmi krátké době prodávají za několikanásobek pořizovací hodnoty. Jsou to určitě skutečnosti, které se svým způsobem promítly do chování celé společnosti možná více, než by bylo zdravo.

Rozvoj svobodného podnikání a konkurence přinesly určitě v mnohých oblastech ekonomiky i změny pozitivní. Otázkou je, zda je vhodné, aby stát uvolnil bezvýhradně prostor svobodnému podnikání v takových oblastech jako je veřejná doprava, sociální služby či školství. Absence jakéhokoliv plánování v oblasti školství se může brzy projevit jako krok nesprávným směrem. Jakési sociální plánování, které analyzuje potřeby společnosti, je prováděno i ve vyspělých západních zemích a i tam si uvědomují riziko svěřením školství neviditelné ruce trhu. Někteří autoři (např. Semrád, Škrabal)

upozorňují na fakt, že díky živelnému rozvoji vysokých škol, nebudou počty vysokoškoláků odpovídat potřebám současné společnosti. V současné mladé generaci činí podíl vysokoškoláků 60%, a lze s úspěchem pochybovat o možnostech jejich uplatnění, a jestli je u všech absolventů dosažena dostatečná kvalita nabytých dovedností. V Česku je v současné době 27 veřejnoprávních škol, 2 státní vysoké školy a 47 soukromých vysokých škol. Prožíváme de facto to, čím si v 70. a 80. letech minulého století prošly školské systémy vyspělých západních zemí. Např. ve Švédsku odmítají větší počet soukromých škol, protože podle jejich názoru existence soukromých vysokých škol podporuje korupci ve vzdělávání. (Semrád, Škrabal, 2014, s. 311). Keller varuje, že pokud bude vzdělávání podřízeno primárně ekonomickým zájmům, dochází k přeměně školy na firmu a poté se mění celá povaha a smysl výuky. Student se stává leckdy klientem, který za své peníze požaduje určité služby. Tento přístup se jeví scestným, neboť škola se může místo místa, kde probíhá dialog mezi žákem a učitelem, místem obchodu. Namísto širokého spektra předávaných hodnot pak získává škola jedinou určující funkci – co nejrychleji zprostředkovat ekonomické zhodnocování „lidského kapitálu“ (Keller, 2007, s. 110).

V posledních letech se nejen naše společnost potýká s průvodními znaky postupující globalizace. Jejím šíření, jak již bylo dříve uvedeno, média svým působením velmi silně napomáhají. Globalizace je např. dle Mezřického od svého počátku spontánní, neřízený proces stále intenzivnější integrace zemí světa v jediném ekonomickém systému tržního hospodářství (Mezřický, 2011, s. 12). Jiní autoři uvádějí (např. Farkas), že se v poslední době jedná o proces řízený elitami světového obchodu. Česká republika se v roce 1999 stává členem NATO a v roce 2004 vstupuje spolu s několika dalšími zeměmi bývalého východního bloku do Evropské unie. Tyto skutečnosti do značné míry změnilы vývoj naší společnosti a členství v těchto strukturách se začíná projevovat pozitivně i negativně v běžném životě. Evropská unie nám prostřednictvím svých norem a kvót do značné míry určuje, jak a s čím můžeme obchodovat. Na druhé straně, díky strukturálním fondům můžeme získávat nemalé finanční prostředky na výstavbu infrastruktury, nemocnic či sportovišť. Potravinový trh v Evropě ovládají velké nadnárodní konglomeráty a regionální pěstitelé či obchodníci hrají spíše marginální role. Jako přirozenou záležitost vnímáme masívní rozšíření nadnárodních řetězců čerpacích stanic, restaurací, kaváren, obchodních domů ale i poskytovatelů telekomunikačních služeb, či firem zabývajících se vodohospodářstvím.

Prvky globalizace se stále více začínají projevat i v kultuře, která je díky moderním médiím velmi rychle přetvářena; na televizních kanálech jsou nám, jako téměř všude ve světě, nabízeny především americké filmy a v nejposlouchanějších rádiích zní hlavně hudba anglické provenience. To jsou skutečnosti, které chtě nechtě mění obraz celé společnosti.

Shrnutí první části

Česká společnost na přelomu 20. a 21. století doznala ve svém vývoji obrovských změn. Od plánovaného hospodářství přechází na model hospodářství tržního. Společnost je vystavena pojmu privatizace, která ovšem leckdy znamená plánované rozkrádání státního majetku.

Od komunistické ideologie společnost svou pozornost zaměřuje na nová témata a myšlenky. Společnost se vypořádává s pojmy demokracie, humanismus, pozdní modernita a v posledních letech europeizace a globalizace. Ve světle těchto proměn zdejších poměrů se rozrůstá zdejší mediální trh, který do společenského dění velmi silně zasahuje a výše zmíněné myšlenky a pojmy pomáhá rychleji rozšiřovat. Leckdy však svým nekvalifikovaným a nekultivovaným projevem přispívá ke zkreslování až deformování původních významů jmenovaných myšlenek. Od myšlenek demokracie a humanismu někteří lidé sklouzávají spíše ke krajnímu individualismu až anarchii, což má za následek celkové „zhrubnutí“ společnosti, což ovšem leckdo vnímá jako nezbytnost, neboť, jak bylo i v médiích prezentováno – v tržním prostředí uspěje ten průbojnější, sebevědomější s patřičně ostrými lokty.

2 Média a jejich měnící se role ve společnosti

2.1 Masová média a jejich vývoj

Masová média jsou produkty a prostředky, díky nimž je možno zprostředkovávat přenos informací mezi širokou veřejností. „Zpravidla se těmito výrazy rozumí periodický tisk (čili především noviny a časopisy určené široké veřejnosti) a rozhlasové a televizní vysílání, ale stále častěji také veřejně dostupná sdělení na internetu, ať již mají povahu výstupu výrobní organizace (např. zpravodajské portály), akumulace

uživatelských příspěvků (servery typu YouTube), individuálních počínů (např. autorské blogy), popř. kontaktních sebeprezentačních nástěnek (facebook)“ (Jirák, Köpplová, 2008, s. 21). Tato rozsáhlá oblast působení médií de facto znamená, že do styku s médii se dostává každý z nás, a byť si to mnozí nebudou chtít připustit, jsme jimi značně ovlivněni. Dostatek, včasnost a přesnost informací, je faktorem, který se stává čím dál tím zásadnějším. Technici i sociologové shodně odpovídají, že rozhodujícím sdíleným statkem v nově se rodícím modelu lidského společenství se stávají informace (Musil, 2003, s. 14). Informace, byly ve společnosti vždy chápány jako jeden z nástrojů moci.

S rozvojem médií se samozřejmě rozvíjí, lépe řečeno mění, celá společnost. Média ovlivňují styl komunikace, a to se může pochopitelně dít jak v pozitivním, tak v negativním slova smyslu. Otázkou je, jestli všechna současná média dostatečně plní své funkce (informativní, formativní, komunikativní a rekreativní), a jestli na tom vůbec někomu záleží. Určitě v současné „demokratické“ vyspělé západní společnosti již není možno veškerá média nějakým centrálním orgánem řídit a kontrolovat. Pokud jsme zmínili, že informace se stává v podstatě tržní komoditou, je jistě nasnadě, že podle ekonomických zásad, se zde uplatňuje princip nabídky a poptávky. Pokud je na mediálním trhu o danou službu či informaci zájem, zpravidla se cílové skupině dostává.

Jak bylo zmíněno v předchozí kapitole, veliký vliv na současnou společnost i média má postupující globalizace, která díky digitálním médiím celosvětově akceleruje. Průvodní znaky lze v mediálním kontextu sledovat po celém světě. Pokud je někde úspěšný určitý formát televizního pořadu, je následně velmi rychle licencován a v téměř identické formě vysílán v mnoha jazykových mutacích. A toto je jeden z bodů, který je třeba chápat jako jeden z průvodních jevů globalizace, protože často ti, kteří vyvázejí ekonomické obsahy, bývají majiteli médií, nebo je silně ekonomicky ovlivňují a snaží se uplatnit i na trhu kultury, chtějí ji ovlivnit, neboť jejím prostřednictvím ovlivňují i ekonomické procesy daného regionu. Leckdy je formát pořadu pro jiné kulturní prostředí méně vhodný, ale o to se tvůrcům příliš nejedná. Nejdůležitější je zisk; jinými slovy- kultura je nadřazováno ekonomické hledisko. Pořad se uvede s náležitou pompou jako úžasná a skvělá novinka a finanční úspěch je alespoň na nějakou dobu zaručen. Jako prvek, který dává globalizaci v médiích zcela novou dimenzi je bezpochyby rozvoj digitálních technologií a především sítě internet, které se budeme podrobněji věnovat v následujících kapitolách. Mezřický (2009) upozorňuje na úplně nové pojetí světa, který nás obklopuje. Svět, jak ho dnes musíme chápat, představuje konglomerát

nejrůznějších sítí vzájemně propojených nejrůznějšími komunikačními formami, v první řadě internetem. Internet na jedné straně vznik specifického světového „systému“ umožňuje, na druhé straně představuje jeho významné ohrožení (Mezřický, 2009, s. 16).

Lidstvo si musí uvědomovat, že přílišná závislost globalizovaného světa na internetu a elektronických médiích obecně, která dává pocit lehkosti bytí a zdánlivé svobody, jej v jistém slova smyslu oslabuje, neboť, jak mnozí odborníci upozorňují, v případě dlouhodobějšího výpadku energie (blackout) či jen internetové sítě, by byla významně ohrožena celá odvětví výroby, energetiky, obchodu, dopravy a celé řady dalších. Mnohé vymoženky moderního světa jsou do jisté míry virtuální, něco v podstatě zdánlivého, což ale často vnímáme jako realitu, a umět se vypořádat s důsledky jejího narušení je jistou výzvou a zátěží pro mladou nastupující generaci.

2.2 Význam masových médií a oblast jejich působení

Vzhledem k sociálním a kulturním proměnám moderní společnosti, o kterých jsme se zmínili v předchozích částech, se masová média stala významnými aktéry veřejného i soukromého života. Zaujala vedle rodiny, školy, přátel a práce roli neopominutelného socializačního činitele, který nás učí vnímat sebe sama a tzv. svůj svět, stejně jako druhé a tzv. jejich svět (přesněji řečeno jejich světy). (Urban et. al, 2013, s. 47). Otázka nakolik objektivně nás učí sebe sama vnímat a nakolik zastávají roli skutečného „socializačního činitele“ a jestli nepodporují spíše krajní individualismus. S tím jak média začala nabírat na důležitosti, ubývá přímé zkušenosti a poznávání reality často probíhá zprostředkovaně skrze média. Zpočátku, kdy byla hnací silou vývoje a rozšiřování médií aktivní potřeba informací a rozšiřování obzorů a vědění u spotřebitelů, vedly v neposlední řadě nadměrná nabídka a permanentní přítomnost obrazových a zvukových médií uživatele ke stále větší pasivitě (Buermann, 2009, s. 29).

Masová média se stala často přirozenou součástí našich životů. Mnoho lidí poslouchá při práci rádio, poslouchají ho i cestou v automobilu, zní na nás z reproduktorů v obchodních domech, čerpacích stanicích či v restauracích, řada žen využívá např. televizi či rádio jako kulisu při domácích pracích. Zde, jak upozorňuje Buermann (2009), můžeme spatřovat značný účinek na člověka např. v tom, že písničky, které člověk vlastně ani nezná (tedy nezná je vědomě, ale dostatečně často je slyšel v pozadí) mu začnou znít v hlavě a nemůže se jich zbavit. Také často vyslechnuté reklamní

melodie a slogany nevědomě ovlivňují spotřebitelské chování nebo dokonce vstupují do vědomí, když se například při nákupu setkáme s příslušným produktem. Je prokázáno, že spotřebitelské chování je značně ovlivněno účinkem reklamy a to bez rozdílu vzdělání či sociálního postavení jednotlivých skupin. I když je „člověk západní kultury“ gramotný, vzdělaný a do určité míry předvídatelný, je až neuvěřitelné, jak snadno probíhá žádoucí působení podle předpokládaných schémat. Právě ona gramotnost vlivem médií dostává jiný rozměr a lze si klást otázku, jestli jejich přílišné působení nevytváří nový druh ngramotnosti. Odborníky často uváděna je teorie injekční jehly, popsána Lasswellem již v roce 1935. Tato teorie popisuje účinky rozhlasové propagandy na tehdejší publikum v tom smyslu, že jakmile Hitler (nebo třeba někdo propagující zubní pastu) pronese něco v rádiu, zasune se jeho prohlášení do mozku nešťastného posluchače jako jehla a zmanipuluje ho (Giles, 2012, s. 23). Potřebné informace, či znělky je třeba často opakovat, neboť jak známo, stokrát opakovaná lež se stává pravdou. Pravdou, kterou společnost přijímá za svou a na jejím základě je ochotna konat.

Modelový tragický případ z doby o šedesát let později zmiňují např. Kellow a Stevens, kteří popisují vznik občanské války, které předcházela etnická vzpoura menšinových Tutsiů ve Rwandě v devadesátých letech minulého století. Stát vybavil téměř celý národ levnými tranzistoráčky a Rádio Rwanda, které sídlilo hned v sousedství prezidentského paláce, ve svých relacích neustále dokola vypočítávalo údajná zvěrstva, která Tutsiové na většinových Hutuech provádějí. Výsledkem byla strašlivá genocida, v jejímž důsledku zemřelo až na milion lidí (Giles, 2012, s. 23).

Je samozřejmé, že ve vyspělých zemích je třeba volit rafinovanější prostředky, než v zemích rozvojových. Často opakované „nepravdivou“ informaci je třeba nabízet v různých podobách, doplňovat diskuzemi se stejně orientovanými odborníky, publikovat „žádoucí“ postoje lidí různého společenského postavení a především „celebrit“, které dají lidem pocit, že jsou na jejich straně. Výsledkem je (jak popisuje např. Urban) „naplánovaný mediální účinek“, jehož obsahem je třeba společností preferovaný postoj k určitému zahraničně politickému tématu. Díky dříve zmiňované pasivitě, či „mediální otupělosti“, která je způsobena přemírou podnětů je velmi těžké se vlivu mediálního účinku, také díky přijetí názoru do „mainstreamu“, účinně bránit. Jak již bylo výše uvedeno, ani vzdělaní lidé nejsou v konečném důsledku mediální manipulaci uchráněni. Například McCombs (2013) ve své studii uvádí, že osoby

s dobrým vzděláním nevykazují o nic větší sklon vzepřít se přejímání mediální agendy, či si proti ní vybudovat psychologické zábrany, než lidé se vzděláním nižším. Odborníci často doporučují větší rozšíření předmětu mediální gramotnosti a řídit se zásadou „nedůvěřuj-prověřuj“ a snažit se omezovat čas, který člověk věnuje médiím, neboť nadměrné sledování může vést k petrifikování konkrétního myšlení (lidé se např. ztotožňují s postavami seriálových hrdinů). Toto chování je zvláště nebezpečné u dětí, čemuž se budeme věnovat v dalších kapitolách.

2.3 Dělení masových médií

Jak již bylo v úvodu kapitoly uvedeno, masová média jsou takové prostředky a technologie, které umožňují přenos informací k velkému množství příjemců. Českým ekvivalentem pro masmédia jsou hromadné sdělovací prostředky, prostředky masové komunikace nebo prostředky masové informace (Urban et. al, 2013, s. 48). V odborné literatuře existují různé přístupy ke členění médií. McLuhan v šedesátých letech minulého století přichází se členěním na média z hlediska působení na příjemce na chladná a horká

- Chladná média jsou zaměřená zejména na přenášení fakt a informací, vyžadují participaci komunikantů (čtenářů, diváků,...) Jejich aktivita pro zkonstruování konkrétních významů je nezbytná. Jako příklad je uváděn např. klasický telefon, noviny, či televize (avšak její zařazení do této kategorie jednoznačně rozhodně není).
- Horká média kombinují akustická a vizuální data, čímž intenzivněji působí na emoce a smysly příjemců. Míra divácké participace není tak vysoká, naopak setrvávají v pasivitě. K těmto médiím bývá obvykle řazen film.

Další obvyklé členění masových médií vychází z anglosaské literatury (Urban et. al, 2013, s. 49), a hovoří se o médiích klasických nebo tištěných (anglicky print media) a médiích elektronických či digitálních (electronic media). Stejně základní dělení médií na tištěná a elektronická udává i Spousta (2001).

- Klasická (tištěná) média je označení pro knihy, denní tisk, časopisy, letáky, fotografie atp.
- Elektronická média jsou pak prostředky a zařízení, která využívají elektronických principů. Do této kategorie jsou řazeny rozhlas, televize, gramofonové desky, magnetofonové pásky, kazety, CD/DVD/ MP3 či fenomény posledních let – mobilní telefony a internet.

Můžeme se setkat dále také s pojmy média stará a nová. Starými jsou dle tohoto dělení (např. Giles, 2013) míněna všechna média, která nevyužívají počítačovou síť. Někteří odborníci dále dělí nová média na internet a e-mail a dále upozorňují na nutnost odlišit i vývojová stádia webu Web 1.0 a Web 2.0, přičemž druhý termín se vztahuje k médiím, která se objevila až po roce 2000 (Giles, 2013, s. 17). Jsou zde zdůrazňovány především nové komunikační možnosti, které se v posledních letech prudce rozvíjejí. Jedná se především o diskusní fóra a blogy a sociální sítě (facebook, twitter, myspace...). Především televiznímu vysílání a posledně jmenovaným sociálním sítím je dle většiny odborníků připisována zásadní role ve vlivu médií na dnešní moderní společnost. Proto si je popíšeme a budeme komentovat jejich vliv na současnou společnost.

2.4 Vliv televize

Doslova revoluci ve vývoji médií znamenal vynález televize a především potom zahájení televizního vysílání, které počalo ve Velké Británii a USA ve třicátých letech minulého století. V tehdejší Československu začalo pravidelné televizní vysílání v roce 1953. Z počáteční kuriozity či zajímavosti se postupem času stává celospolečenský fenomén. V následujících obdobích, kdy se vybavenost československých domácností televizorem stává standardem, získává televize obrovským způsobem na významu ve společnosti. Lidé diskutují o skladbě programů, opakují oblíbené „hlášky“ z filmů, a ten kdo pořady nesledoval, se v některých sociálních skupinách stává „outsiderem“. Další novinkou, kterou televize přináší, jsou přímé přenosy ve zpravodajství. Příjemce informací dostává díky akustickým i vizuálním vjemu pocit bezprostřednosti, že je něčeho součástí. U všech dosavadních médií se zprávy a ztvárnění vztahovaly k událostem ležícím ve více či méně vzdálené minulosti. Nyní mohl být konzument médií přinejmenším u přímých přenosů

bezprostředně přítomen. I když je tato přítomnost samozřejmě jen nepřímá (zprostředkovaná), protože posluchač, respektive divák dostává vždy jen subjektivní výseč celkové události, nebyla fascinace touto omezenou bezprostředností dodnes překonána, jak se v neposlední řadě ukázalo i 11. září 2001 (Buermann, 2009, s. 16).

Televize lidi v tehdejší Československu určitým způsobem spojovala i díky tomu, že nabízela nejprve jeden program zpočátku pouze několik hodin týdně, celotýdenní vysílání je zahájeno v roce 1958. Vysílání druhého programu zahajuje v roce 1970 a barevně vysílá od roku 1973. Vlastnictví barevného televizoru se v pozdějších letech stává v jistém smyslu jedním z faktorů pro určování sociálního statusu rodiny.

Jak uvádí Sak, na základě výzkumů je prokázáno, že od počátku osmdesátých let se stalo sledování televize nejčastější aktivitou mládeže a tomu odpovídal a odpovídá její vliv (Sak, 2004, s. 94). Jak uvádějí mnozí odborníci, právě konec sedmdesátých let a léta osmdesátá znamenala z hlediska televize obrovskou změnu v naší společnosti. Její značný vliv trvá dodnes a lze usuzovat, že ani v budoucnu nebude nijak významně omezen. Televize patří k fenoménům, které nejen charakterizují, ale i tvoří současnou společnost. Tento fakt nelze zpochybnit, ať již samotnou televizi hodnotíme pozitivně či negativně. Není náhodou, že se televizním vysíláním a jednotlivými programy zabývají každodenně milióny lidí i odborníci různých vědních disciplín. Televize vstupuje do života každého jedince a neustále ovlivňuje celou společnost (Sak, 2004, s. 93).

Postupem času se mění i skladba programu, která v tehdejší Československu není ovlivněna čistě ekonomickými zájmy. Přestože je televizní vysílání pod dohledem cenzorů a je do značné míry poplatné tehdejšímu režimu, je nepochybné, že mnohé pořady, hry a filmy z této doby mají svou kvalitu a jistý „punc“ nadčasovosti. Tím budiž vysvětleno, že i v současné době se české filmy z konce sedmdesátých let těší stále velké oblibě mezi diváky. Oblíbené byly i zábavné pořady typu *Televarieté*, *Možná přijde i kouzelník* atp. Divák zde získává pocit větší bezprostřednosti a blízkosti tehdejších hvězd československého filmu a populární hudby.

Velkým mezníkem ve vývoji televizního vysílání je samozřejmě rok 1989, kdy televize musí bezpochyby plnit očekávání společnosti a přináší postupem času přeci jen „pestřejší“ nabídku, avšak otázkou je, zda to občas není na úkor kvality. Leckdy to lze chápat tak, že Česká televize se v rámci prohlubování demokracie a humanismu částečně zříká výchovné funkce, která většinou nejde ruku v ruce s ekonomickým profitem.

Doslova revoluci znamenal rok 1994, kdy vzniká první česká soukromá komerční televize Nova. Přináší do vysílání nové prvky a nové formáty pořadů. To samozřejmě přitahuje mnohé diváky, kteří začínají prožívat příběhy hlavních hrdinů nekonečných seriálů pochybné úrovně (angl. termín *soap opera*). Mnozí si vzpomenu, jaký poprask způsobilo uvedení amerického seriálu Dallas, nebo jak naše babičky se slzami kanoucími po tváři uhrančivě sledovaly každý z několika stovek dílů argentinské telenovely Esmeralda. Jak uvádí Sak, v prvních letech se Nově podařilo do českého prostředí importovat americkou estetickou normu. Obrovskou sledovanost má i zpravodajství, které přináší především šokující témata a „exkluzivní“ reportáže. Vliv Novy se neomezil pouze na diváka, ale postupně ovlivnil i Českou televizi a lidi zabývající se v české společnosti médií (Sak, 2004, s. 94). Televize Nova přichází s novými formáty pořadů, jako jsou soutěžní pořady v americkém střihu, talk show, či později talentové soutěže a reality show. Zvláště formát posledně jmenované reality show, se kterou mimochodem první přichází další soukromá televize TV Prima, způsobil doslova celospolečenský poprask. Především mládež prožívá osudy svých „hrdinů“. Avšak kdo jsou ti hrdinové? Lidé, kteří nic výjimečného neumějí, jenom někde přebývají a vysílají do éteru jakési zoufalé výlevy odrážející v sobě bezbřehý prostor duševní prázdnoty, či hysterické záchvaty doprovázené urážkami spolubydlicích. Čím kontroverznější chování tím lépe. Divák se stává prostřednictvím zasílaných sms zpráv součástí dění a nabývá dojmu, že spolurozhoduje o budoucím vývoji celého pořadu. Jak uvádí Buerman (2009), úspěch těchto pořadů spočívá ve složité vzájemné hře motivů na obou stranách obrazovky. Jak dále uvádí, zdá se, že mnoho diváků má potěšení v tom, když mohou druhé pozorovat při každodenních záležitostech a poslouchat jejich každodenní rozhovory. Vysvětluje to odcizením současné společnosti a úbytkem sociálních podnětů. Jak uvádí McQuail, některé žánry v sobě obsahují vyšší či nižší potenciál pro „vtažení“ publika (McQuail, 2007, s. 343).

Právě ono vtažení je pro mnohé diváky těchto pořadů, kteří mohou trpět nedostatkem pozornosti a sociálních kontaktů, jakýmsi zdáním vnímání skutečné reality. Jak uvádí Buerman, témata a obsahy nemusejí být nějak výjimečně náročné, spíše naopak, čím více všednodennosti, tím lépe. Divák získává pocit, že aktéři jsou obyčejní lidé jako on. „Takové osobnosti oslovují většinu lidí, protože jim jsou blízké, nestaví před ně vysoké nároky a náročná kritéria, naopak jsou jedněmi z nich, a mediální konzument dokonce může srovnávat a říkat si, že je lepší, chytřejší“ (Sak, 2007, s. 81).

Mimo nové žánry, či formáty vysílaných pořadů se obrovským způsobem rozmáhá v televizích reklama. Reklama už není pouhým doplňkem vysílání o přestávkách mezi pořady, reklama je v komerčních televizích stejně důležitá jako vlastní program či jak uvádí např. Musil, ještě důležitější. Upozorňuje, že program a příslušné žánry jsou upravovány tak, aby celý program byl vhodným „pouzdem pro reklamu“, aby přilákal maximální počet diváků, na něž by reklama mohla patřičně působit (Musil, 2003, s. 64). Většina diváků si zvykla, že filmy jsou každých 20-30 minut přerušovány reklamou, stejně tak sportovní přenosy. Během nich se na obrazovce objevují loga a upoutávky sponzorů programu. Zařazování reklamy na určité produkty, zboží, či služby zcela určitě není nahodilé. Při zařazování reklamy se vychází z průzkumů sledovanosti a předpokládaných preferencí skupiny, která sleduje daný program. Proto se s reklamou na panenku Barbie nesetkáme při fotbalovém přenosu a reklamu na služby sázkových kanceláří nevidíme během pořadu pro maminky na mateřské dovolené. Inzerenti samozřejmě při komponování reklam vycházejí z poznatků psychologie reklamy, která se postupem času etablovala jako samostatná vědní disciplína aplikované psychologie.

Díky tomu všemu, jak trefně uvádí Spousta (2001), se reklama dnes stává nemocnějším nástrojem masové manipulace. Ačkoli si to mnozí nebudou chtít přiznat, pod vlivem reklamy jsme všichni. Dle výzkumů jsou nejohroženější skupinou děti předškolního a mladšího školního věku a také senioři. Díky podprahovým sdělením a jisté vtíravosti nejsou uchráněni samozřejmě ani dospělí, protože, kdyby byli vůči reklamě imunní, reklamní průmysl by dávno zkrachoval (Giles, 2010, s. 66). Naopak, televizní reklamní trh se nadále rozvíjí a inzerenti platí obrovské částky za zařazení reklamy do vysílacího „prime time“, protože vědí, že se jim to vyplatí.

Jak se shoduje většina autorů vliv televize na společnost a její vnímání světa je stále obrovský, i když u mládeže podíl sledovanosti rapidně klesá. Tento vliv je spatřován ve formování světonázoru, v politice, v postojích k okolí a v neposlední řadě, jak upozorňuje Musil (2003), i ve vytváření preferencí spotřebitelského chování. Mnozí lidé se často na pořady dívají, přestože jsou přesvědčeni, že se jedná o pořad nekvalitní, ale oni čekají na zvrát přinášející jakousi vyšší kvalitu. V konečném důsledku však do sebe pouze vstřebávají kritéria, která pouze otupují jejich vytříbenost pro dobrý vkus.

2.5 Fenomén internetu

Fenoménem posledních let se bezesporu stal internet. Nepochybně silně ovlivňuje mediální prostředí a celou společnost. Především fakt, že vybavení počítačem se stává naprostou samozřejmostí. V roce 1997 mělo přístup na internet, jak uvádí např. Sak, v ČR přibližně 3% populace, v roce 2003 již to byla nadpoloviční většina a dnes jen výjimečně narazíme na domácnost, která by neměla k dispozici přístup k internetu. Tento fakt je ještě umocněn tím, že dnes drtivá většina mobilních telefonů umožňuje přístup k internetu a dokonce bez připojení k síti jsou významně omezeny jejich funkce.

Dostáváme se tedy do situace, kdy drtivá většina, především pak mladší generace, má přístup k internetu téměř kdykoliv a kdekoliv. Internet nabízí uživatelům nepřeberné množství aplikací nejrůznějšího zaměření. Stalo se naprostou samozřejmostí, že přes internet nakupujeme zboží, platíme za služby, objednáme si zájezd, zřizujeme si pojištění, rezervujeme místo v restauraci, podáváme přihlášku ke studiu. Přes internet si mnozí hledají „přátele“ či partnera prostřednictvím internetových seznamovacích agentur. Jistě každého napadnou desítky dalších činností, které lze provádět prostřednictvím internetu, což by pro nás před dvaceti lety znělo jako něco naprosto utopického. Jsou to nepochybně činnosti, které člověku šetří čas i peníze, avšak ruku v ruce s tím se mění i charakter činností člověka, často je ochuzen o sociální kontakty a je samozřejmé, že vnímání okolí je tím jistým způsobem poznamenáno. Otázkou je, jestli, za to, co člověk díky internetu získává, neplatí z lidského hlediska příliš velkou cenu.

Používání počítače pro starší generaci může být někdy obrovským problémem, ovšem většina aplikací bývá „user friendly“ (uživatelsky příjemná) a po překonání počátečních těžkostí se nabízí i nepoučenému uživateli daleko větší pohyb ve světě informací (Meyrowitz, 2006, s. 266). Problémem však může být relevance a úroveň informací. Často slýcháme, že žijeme v informační společnosti. Žijeme v „informační společnosti“, ve společnosti, kde informací je tolik, že je téměř nemožné všechny informace analyzovat, hodnotit, zamýšlet se nad nimi a vstřebat je. Události rychle přicházejí, jsou rychle prezentovány a to vede k tomu, že většina lidí, pouze rychle přijímá, aniž by vnímala skutečnou podstatu a hloubku problému. Na tento stav upozorňuje např. Liessmann (2008), který dokonce jako vhodnější termín uvádí „dezinformační společnost“. Jsme sice informováni, ale často nám chybí skutečná znalost. Skutečná znalost nastává teprve tehdy, když jsme schopni s informací pracovat, vyhodnotit ji,

aplikovat na určitých příkladech. Edgar Morin již v roce 1995 říká, že přemíra informací zastíňuje skutečné znalosti. Považme, že to bylo v době, kdy internet byl v plenkách a přístup k němu mělo jen mizivé procento lidí. Kolik miliard nových stránek na internetu vzniklo? Kolik článků a informací se objevilo? Je někdo schopen to pojmout a vyhodnotit? Zcela určitě ne. Avšak můžeme se učit zamýšlet, třídit a neustále pracovat na rozvoji své mediální gramotnosti.

Internet se za poslední desetiletí obrovským způsobem rozrostl a jak již bylo dříve zmíněno, velkým mezníkem v jeho vývoji byl rok 2000, kdy vzniká jeho nová generace. Internet již není jen nějaký virtuální prostor, kde si uživatel vyhledává informace. Jak poznamenává Sak, je internet založen na principu permanentní metamorfózy (Sak, 2004, s. 192). Stále více se na tvorbě internetového prostředí podílejí jeho jednotliví uživatelé prostřednictvím svých příspěvků, e-zinů, diskusí, chatů, fór, či zakládáním svých vlastních stránek.

V posledních letech obrovským způsobem narostl počet uživatelů internetových sociálních sítí, u nás především Facebook a Twitter. Sociální sítě našly a stále nalézají celosvětově miliony uživatelů a odborníci zdůvodňují, že jejich úspěch tkví v tom, že naplňují zejména komunikační, poznávací, emoční, sociální a bezpečnostní potřeby jejich uživatelů (Pospíšil, 2009, s. 82). Noví uživatelé se rekrutují především ze zástupců mladé generace, a dle údajů z roku 2009 (Pospíšil) jich přibývalo 200 000 denně. Pro nejmladší generaci je vstup do prostředí sociálních sítí něčím naprosto přirozeným, baví se o tom se spolužáky a všichni starší kamarádi, nebo alespoň drtivá většina z nich, již v síti působí. Může to dojít tak daleko, že mladí lidé hledají přátele a zábavu více v interaktivním světě sociálních sítí z pohodlí domova, než v reálném světě. Lidé se mohou stávat členy různých skupin, přátelit se s „celebritami“, jejichž stránky mimochodem mohl založit někdo úplně jiný. Někteří k tomu disponovaní uživatelé sociálních sítí pak často prožívají jev, který psychologové nazývají parasociální vztahy, což jsou déletrvající psychologické konstrukty, kdy získáme pocit, že mediální postavy „známe“, protože je často vidáme ve virtuálním světě (Giles, 2010, s. 85). Přes nesporné výhody, jaké sociální sítě nabízejí, jako je snadná komunikace s kýmkoliv ve světě, vyhledání dávno zapomenutých známých ale i odborných či komerčních informací, je zde samozřejmě i nebezpečí zneužití sdílených informací, a to jak ze strany obchodníků, tak ze strany různých deviantů či extrémistů. O této problematice pohovoříme ještě v kapitole věnované přímo mládeži.

Pokud budeme hodnotit vliv internetu a jeho přínos pro společnost a shrneme názory a postoje veřejnosti (z průzkumů) i prací publikovaných odborníky, tak jako nejvhodnější popis pro vztah internet- společnost se jeví přívzisko ambivalentní. Mezi nesporné výhody patří možnost snadného a rychlého vyhledání informací, problémem však často může být jejich věrohodnost a relevantnost. Díky internetu můžeme prakticky odkudkoliv studovat snad všechny jazyky světa a učit se dokonalé výslovnosti. Díky užívání internetu je společnost bezpochyby počítačově gramotnější než před jeho příchodem, avšak na druhou stranu psychologové upozorňují na roztříštěnou pozornost, problémy s verbální komunikací i písemným projevem a vznik závislostí. Jak bylo zmiňováno dříve, díky přemíře informací ubývá skutečného vědění (Liesmann, 2008).

Mnoho kritiků klade elektronickým médiím za vinu nedávný pokles výsledků testů školních dovedností, ovšem na druhou stranu někteří zastánci nových médií argumentují tím, že užívání těchto médií rozvíjí jiné formy inteligence, které možná doposud ani neznáme a neumíme je pojmenovat nebo změřit (Meyrowitz, 2006, s. 267). Zdánlivá svoboda a bezpečí uživatele internetu je nahlodávána nebezpečím, které představuje především volné a nechráněné šíření osobních informací. Odborníci hovoří o nesmazatelné „digitální stopě“, kterou po sobě v internetové síti navěky zanechává každý uživatel. Mezi informovanou veřejností panují do jisté míry oprávněné obavy z možného zneužití těchto informací. Celosvětová „kyberkultura“, což jak uvádí Sak, je kultura spojená s počítačovou komunitou, se stává zároveň kulturou globální. Sak (2004) poznamenává, že nelze pochybovat o tom, že vliv kyberkultury způsobí změny lidského chování, vzájemného sdružování, komunikace, informovanosti i politické participace. Je zcela určitě možno konstatovat, že již nyní se citované změny začínají projevovat. Je na každém jedinci, jakým způsobem bude k internetu přistupovat a do jaké míry se nechá kyberkulturu ovlivnit.

Shrnutí druhé části

Dnešní společnost je pod obrovským vlivem masových médií. Tradiční tištěná (noviny, časopisy, knihy) a elektronická (televize, rozhlas) doplňují v posledních dvou desetiletích další a další novinky založené na digitálním principu, souhrnně nazývané nová média. Sem patří taková média jako CD, DVD, MP3/4, mobilní telefony a především internet. Ten se během posledních let stal tak rozšířeným, že se dnes téměř nenajde rodina, která by neměla připojení k dispozici. Mladá generace je díky chytrým

telefonům prakticky nepřetržitě on-line. Přestože si televize stále zachovává silný vliv, fenoménem se stávají sociální sítě. Na nich vznikají závislosti a v důsledku toho vznikají problémy se sociálními vztahy a dochází často k deformovanému vnímání objektivní reality.

Dnešní masová média mají nepřehledné množství prostředků, díky nimž mohou na občany působit. V nové „svobodné“ době se společnost vypořádává ze strany médií s často velmi vtíravou až agresivní reklamou, již nejsou především starší generace připraveny čelit a často se stávají obětmi rafinovaných podvodníků.

Mimo reklamu se média starají i o to, jaká témata se stanou celospolečenskými a v zájmu jejich majitelů podsouvají občanům i postoj, jaký by k tomu měl zaujmout.

3 Mládež a média

3.1 Vymezení pojmu mládež

Mládež je sociální skupina společnosti, která se nachází ve fázi života mezi dětstvím a dospělostí. „Mládež na rozdíl od mládí není biologickým fenoménem, ani přírodním produktem, nýbrž sociokulturním jevem, jehož formy se odrážejí v historicko-společenské dimenzi, tzn. historicky mění se seskupování mládeže, mění se sociální postavení a právní vztahy, ale i každodenní a kulturní praktiky projevující se ve způsobu života mladých lidí“ (Kraus, 2006, s. 9). Jak uvádí např. Vašutová et. al (2013), vymezení pojmu mládeže závisí na mnoha faktorech a té společnosti, kde onen přechod mezi dětstvím a dospělostí nastává. V některých kulturách ani není pojem dospívání či mládeže vymezen, rozlišuje se pouze dětství a dospělost. Zde se předpokládá, že při dosažení určitého věku se mladí lidé automaticky ujímají požadovaných povinností bez ohledu na jejich prožívání. Tento „utilitaristický“ přístup je dnes uplatňován spíše jen v méně rozvinutých zemích.

Většina autorů ve vyspělém světě pojmem mládež označuje věkovou skupinu obyvatelstva mezi 15. a 30. rokem života. Jedná se o období života jedince, které je ohraničeno počátkem období pozdní adolescence 15/16 let a je ukončeno v době, kdy je jedinec tělesně a duševně vyspělý a je u něj dokončen proces socializace. U mladého člověka nastávají velké změny způsobené změnou hladiny hormonů a nastává zvýraznění tělesných i psychických projevů charakterizujících jednotlivé druhy pohlaví.

Doslova „přerod“ nastává i v myšlení. Během adolescence se mění, utváří a částečně i stabilizuje sebepojetí, otázky týkající se vlastního „já“ u adolescentů nabývají klíčového významu (Taxová, 1987, s. 72). V tomto „přerodu člověka“ z dětského světa do světa dospělých hraje roli velké množství vlivů. Jak poznamenává např. Možný (2002), s přibývajícím věkem dítěte slábne vliv rodiny a vlivy odjinud vstoupí do dětského světa velmi záhy. Je tomu tak ve všech kulturách a společnostech; ve společnostech našeho kulturního okruhu jsou to dnes zejména masmédiá a vzdělávací instituce, jež spolupůsobí či konkurují při socializaci dítěte (Možný, 2002, s. 144). Jak uvádí Příhoda (1977), mladý člověk si začíná uvědomovat, co konám já, co konají ostatní členové společnosti, začíná se odvracet od vnějšku k nitru, což vede k uvědomění si vlastní osobnosti a její hodnoty. Na základě tohoto uvědomění si sebe sama si vytváří postoje ke společnosti.

V tomto věku má na jedince veliký vliv také vrstevnická skupina, která se stává pro adolescenta v podstatě zástupnou rodinou (Možný, 2002, s. 144). Mládež vždy oproti starší generaci přichází s novými názory, zájmy, způsoby chování, které starší generace vnímá většinou negativně. Jak poznamenává Sak, tento jev je ve společnosti pozorován již od dob Aristotela, kdy si každá starší generace stěžuje na chování mládeže a v porovnání se svým mládím vidí její zkaženost. Mládež zase vnímá starší generace jako konzervativní, nechápající ani mládež ani novou dobu (Sak, 2004, s. 7). Jak je zřejmé, názorový střet generací v období dospívání a následného osamostatňování se je skutečností, která provází lidstvo od nepaměti, a lze se jen stěží domnívat, že by tomu mohlo být někdy jinak. Intenzita „neporozumění“ však bývá různá, a jako vždy svou roli hrají rozličné faktory. Nezastupitelnou roli má prostředí, ze kterého člověk vzešel a způsob výchovy v rodině. Právě rodině a výchově mladých lidí se budeme věnovat v následující kapitole.

3.2 Vliv rodiny a výchovy na mládež

Vliv prostředí, z něhož dítě vychází a prožívá v něm první roky života, má samozřejmě dopad na celou řadu situací, se kterými se dítě v pozdějším věku vypořádává. Nejvíce podnětů čerpá dítě přirozeně ze svého nejbližšího okolí a tím bývá zpravidla rodina. Model rodiny bývá samozřejmě různý a závisí na kulturních

zvyklostech a odlišnostech jednotlivých typů společnosti. V některých kulturách či etnických skupinách se udržují silné rodinné vazby v rámci celé širší rodiny. Svou roli v tom, jak je rodina chápána a pojímána mají přirozeně i společenské změny, které jsme si rozebrali v předchozích kapitolách. Současná česká rodina se potýká s několika zásadními fakty. Její členové jsou stále více časově zaneprázdněni, a tudíž na děti zbývá stále méně času, určitou část z rodičovského vlivu přejímají vrstevníci a média.

Rozvodovost v ČR v dlouhodobém horizontu stále roste a nyní již přesahuje padesátiprocentní hranici. Je tudíž zřejmé, že se stává standardem, že děti vyrůstají v neúplných rodinách a jak poznamenává například Vašutová (2013), faktor zájmu rodičů je pro děti v každém věku důležitý. Je mylné se domnívat, že dospívající usiluje o to, aby se zcela oprostil od rodičovské autority a stal se na vlivu rodičů nezávislý. Chce hlavně cítit jejich zájem, chce mít jejich emoční oporu, avšak i respekt a uznání. Ještě ve střední adolescenci stojí o to, aby o něj rodiče projevovali zájem, dávali mu najevo, že ho respektují a mají ho rádi (Vašutová et. al, 2013, s. 83). „Je třeba si uvědomit, že to, co dospívající potřebují v každé fázi svého vývoje, je bytostná účast rodičů na jejich životě. Ta musí být opravdová, zvnitřněná, neformální“ (Taxová, 1987, s. 186). Pokud je dítě v období dětství a dospívání o patřičný zájem ze strany rodičů ochuzeno, musí se to na něm jistým způsobem projevit. Rodinné zázemí a způsob výchovy lze chápat jako velmi významný vklad do života. Například Coleman (1961) konstatuje, že i intelektuální vývoj dítěte ještě dlouho po pubertě závisí těsněji na jeho rodinném zázemí a společenském zařazení než na úrovni školy, pokud je sledována v takových ukazatelích, jako je počet žáků ve třídě, vybavení školních laboratoří a knihoven, nebo i úroveň učitelů. Zjistil také, že takto definovaná úroveň školy není ani na druhém místě. Druhé místo za vlastní rodinou totiž zaujímá úroveň rodinného zázemí spolužáků; děti z nižších vrstev podávaly dobrý studijní výkon ve třídách se spolužáky s lepším sociálním zázemím, mezi spolužáky s horším rodinným zázemím ve třídách sociálně homogenních si vedly hůře. Působení však nebylo symetrické; děti z dobrých rodin nižší sociální úroveň třídy nedokázala stáhnout na nižší úroveň. V tom lze vidět jak důležitým faktorem je rodina pro život mladého člověka a potažmo celé společnosti, což lze vyjádřit i masarykovským heslem „rodina je základ státu“. Pokud vezmeme v potaz výše uvedený fakt, že stále více rodin je rozvrácených, můžeme se logicky domnívat, že se nám v tomto ohledu, řečeno s velkou nadsázkou, rozpadá společnost.

Společnost se určitě nerozpadá, jenom se vyvíjí a objevují se v ní jevy dříve těžko představitelné. V moderních západních zemích se běžnou normou stávají registrované partnerské svazky osob stejného pohlaví a některé iniciativy se je snaží postavit na roveň tradiční rodiny. Zástupci osob homosexuálně orientovaných se domáhají i práva na adopci dětí. O této problematice se vedou diskuze mezi laickou i odbornou veřejností. Tato práce nemá za úkol hodnotit, zda jsou to nároky oprávněné či nikoli, snahou je pouze poukázat na fakt, že v kontextu s problematikou rodiny a výchovy se objevují faktory, které byly ještě v nedávné době naprosto neznámé a dnes rodinu a potažmo celou společnost jistým způsobem ovlivňují a mění. To, jakým způsobem jsou tato nová témata vnímána, velmi silně ovlivňují média. Nárokům gayů a lesbiček je v médiích věnováno stále více prostoru a význam tradiční rodiny je leckdy zpochybňován.

Tím, jak se mění postavení a vztahy v současné rodině, mění se logicky i styl výchovy. Existují samozřejmě různé styly výchovy dětí a mládeže, avšak výchova by měla sledovat i určitý cíl. Strouhal poznamenává, že pokud neumíme formulovat jediný a definitivní cíl výchovy, pak člověk nesmí být pouze zformován pro to či ono. „Výchova v něm má především vzbudit pevnou vůli k neutuchající reflexi o dobrém životě“ (Strouhal, 2013, s. 11). Takto formulované cíle výchovy však předpokládají určité kompetence a jistou míru osvícenství zainteresovaných subjektů. Samozřejmě se předpokládá i určitý konsensus ve stylu. Obecně lze možná říci, že cílem výchovy je vychovat člověka, který bude platným členem společnosti. Ovšem problém může být v tom, jak okolí vychovávaného dítěte nahlíží na společnost, a kterým hodnotám ve výchově přikládá větší váhu. Chceme vychovat člověka moudrého, citlivého, laskavého a vlídného? Nebo člověka průbojného, úspěšného a výkonného? To je samozřejmě dáno volbou rodičů, kteří dítě vychovávají. Avšak jak bylo zmíněno dříve, rodiče tráví s dětmi stále méně času a někteří autoři si všímají jakéhosi citového ochuzování dětí. Možná vlivem feministického hnutí, které v průběhu 20. století v celém vyspělém světě hlásá rovnoprávnost mužů a žen, se i u nás projevují snahy změnit tradiční model rodiny; otec- živitel, matka- hospodyňka. Role otce a matky se stále více prolínají a spousta žen se snaží poměrně brzy po porodu být opět ekonomicky aktivní. Do výchovy často vstupují chůvy a paní na hlídání. Ale i rodiny, které spolu společný čas tráví, často vlivem sledování různých médií, sklouzávají k pasivitě. Tím, že děti mají stále méně kontaktu s oběma svými rodiči, si lze vysvětlovat současný stav, kdy máme spoustu dětí

hyperaktivních a zároveň u nich můžeme sledovat jakousi povrchnost a absenci empatie. To je do jisté míry způsobeno tím, že se mládež vlivem nedostatku zájmu ze strany rodičů uchyluje k elektronickým médiím, jejichž přínos pro ukojení nedostatku zájmu je přinejmenším diskutabilní.

Některé studie konstatují, že dnešní děti jsou v průměru agresivnější než předchozí generace a např. Martínek uvádí, že dítě s nejistou vazbou na matku jsou ve školním prostředí nejisté, často reagují agresivně bez vážnějšího důvodu, snaží se na sebe za každou cenu upozornit, mají velké problémy se soustředěností, hyperaktivitou, jejich hry jsou převážně pasivního charakteru (Martínek, 2009, s. 19). Na základě zjištění, že těchto dětí přibývá, je zřejmé, že role současné rodiny poněkud slábne a je zřejmé, že v průměru ztrácí svou schopnost chránit děti před vnějšími nepříznivými vlivy, jako jsou například média či vliv vrstevníků.

Dost možná, že po současné krizi rodiny se můžeme dočkat, že se do „módy“ opět dostane tradiční rodina. Další vývoj naší civilizace může už v bezprostřední budoucnosti hodnotu stabilní rodiny podstatně zvýšit; pro postmoderní problém identity může být rodina jedním z nabízených řešení (Možný, 2002, s. 145).

Jak již bylo dříve uvedeno, velký vliv na děti a dospívající mají jejich vrstevníci a ve vyšším věku vstupují do hry i masová média

3.3 Volný čas mládeže a média

Volný čas dospívajících jedinců je důležitou částí dne, během níž dochází většinou ke svobodné volbě aktivity, kterou se budou zabývat. Za volný čas je podle sociologických kritérií považován čas, v němž jedinec svobodně na základě svých zájmů, nálad a pocitů volí svou činnost. Jedná se o tu část mimopracovního, mimoškolního času, která zbude po zabezpečení individuálních a rodinných, existenčních potřeb (Sak, 2007, s. 59). Volný čas mládeže a jeho smysluplné využívání je velmi důležitým faktorem v životě. U volného času je významná možnost seberealizace každého jedince. Člověk totiž potřebuje pro svůj spokojený život subjektivní pocit smysluplného využití času. „Dlouhodobý nedostatek tohoto pocitu vyvolává u většiny z nás nespokojenost, rozladěnost až psychická traumata“ (Spousta, 1996, s. 16). V tom tkví určité nebezpečí, kterým může být buď inklinace k pasivnímu trávení volného času, nebo nárůst agresivity a její následné vybíjení. V kontextu s tím,

jak již bylo v předchozích kapitolách zmíněno, že dnešní rodina má na děti stále méně času, hrozí při zahálčivém způsobu trávení volného času nebezpečí vzniku part, které inklinují k sociálně závadnému chování. Jak poznamenává Martínek (2009), především dítě, které nemá v rodinném prostředí svoji pevnou pozici, necítí zde zázemí a jistotu, má zvýšenou inklinaci k účasti v různých partách, často s patologickým programem, kde může trávit svůj volný čas. Avšak i pro dítě vyrůstající ve funkční rodině představuje skupina vrstevníků do určité míry stresující nárok, a tím je nutnost obstat v jejich očích jako někdo, kdo přijímá jejich normy (Martínek, 2009, s. 100). Je potom na jedinci, jak se s tímto tlakem ze strany vrstevníků vyrovná. Svou roli zde hrají určité genetické předpoklady a dále, jak uvádí Sak reálné aktivity i jejich subjektivní určení nevycházejí pouze z daného subjektu jedince či skupiny mládeže, ale mají své zázemí v rodině. „Zájmy a aktivity jedince navazují na hodnotovou orientaci, kulturu a způsob života jeho rodiny“ (Sak, 2007, s. 61). Hofbauer (2004) říká, že rodina jako inspirátor, podporovatel i realizátor volnočasových aktivit může svoje děti učit přistupovat k volnému času tvůrčím způsobem a tím vytvářet určité žádoucí postoje.

Jak bylo zmíněno již v předchozích kapitolách, čím starší dítě, tím větší roli v jejich životě hrají média. Výzkumy z celého světa ze současné doby v porovnání s dobou relativně nedávno minulou, přicházejí s očekávanými výsledky, a to, že nadále narůstá čas, který mladí s médii tráví a na první místo nastupují média digitální. Z výzkumu v roce 2011 vyplývá, že většinu volného času, který mají dospívající v ČR v průběhu dne k dispozici, což jsou v průměru 3,5 hodiny, věnují právě médiím (Vašutová et. al, 2013, s. 50). Z tohoto průzkumu také vyplynulo, že médiím v posledních letech mezi mladou generací vévodí bezpochyby internet, jemuž podle průzkumů věnovaly děti ve věku 13-14 let průměrně zhruba 2 hodiny denně. Stále vysoký podíl i míru důležitosti pro mladé si drží televize, která byla v pomyslném prvenství právě internetem nahrazena. Například podle průzkumů v roce 2001 se práci na počítači věnovalo denně 32,6 % mládeže a sledování televize 71,62 % (Sak, 2007, s. 61). V roce 2010 se internetu věnuje denně 73% chlapců ve věku 15- 18 let (Vašutová et. al, 2013, s. 51). Lze se domnívat, že v současné době o pět let později bude podíl a význam internetu ještě větší. Zajímavostí je, že v USA dle výzkumů z roku 2009 je čas věnovaný médiím přibližně dvojnásobný a konkrétně včetně multitaskingu (sledování více mediálních produktů najednou – např. poslech hudby a prohlížení internetu) činí u dětí ve věku 11 - 14 let neuvěřitelných 11 hodin a 53 minut. Multitasking usnadňuje mládeži „výhoda“

odborně se nazývající technologická konvergence médií, což je průběžné sbližování médií – a to jak z hlediska tvorby, distribuce i vnímání obsahů. V reálu to znamená, že dospívajícímu postačuje jeden či dva přístroje a ty umožňují více mediálních aktivit najednou. Jedná se například o hraní her, příjem televizního signálu, komunikaci prostřednictvím sociálních sítí, poslech hudby, nahrávání videa, telefonování, sledování filmů atd.; jedná se v podstatě o funkce, které má dnes každý „chytrý“ telefon. Pokud se čas věnovaný mládeži v USA médiím od multitaskingu „očistí“ činí 7 hodin a 38 minut. Znamená to, že čas věnovaný dětmi a dospívajícími v USA konzumací médií překonal v roce 2009 historicky poprvé průměrnou denní dobu věnovanou škole (Vašutová et. al, 2013, s. 54). Pokud navíc vezmeme v potaz, že v USA je poměrně značná část obyvatel negramotných, nezbyvá než konstatovat, že média zde mají na vývoj mladého člověka snad největší vliv.

Jak jsme se zmiňovali již v předchozích kapitolách, skutečnost, že mají digitální média na mládež i celou společnost veliký vliv přináší celou řadu pozitiv ale i negativ. Mezi výhody lze zařadit:

- Rychlost a snadná dostupnost informací
- Úspora času při vyřizování osobních i studijních záležitostí
- Nové možnosti při výuce odborných předmětů (názorné animace)
- Snazší výuka jazyků (nepřeberné množství volně dostupných programů)
- Usnadnění komunikace s rodinou a přáteli
- Snadnost kontaktů se světem
- Rozvoj určitých dovedností v ovládání moderních technologií
- Vznik nových profesí vázících se k digitálním médiím

Na druhé straně odborníci upozorňují na celou řadu nevýhod či úskalí spojených s působením digitálních médií. Odborníci upozorňují především na tyto problémy:

- Přemíra informací a jejich neschopnost ověřitelná validita
- Deformace estetického cítění a vkusu
- Snadná dostupnost násilných a pornografických obsahů a možnost ohrožení mravní výchovy dětí
- Deformace hodnotových postojů, podpora konzumního způsobu života
- Úbytek sociálních kontaktů, zhoršení sociální komunikace

- Podpora prokrastinace (odkládání povinností)
- Úbytek tvořivé činnosti mezi zájmy mladé generace
- Zkreslené vnímání objektivní reality, nárůst agresivity
- Možnost snadného zneužití veřejně dostupných informací ze strany šikanujících spolužáků (kyberšikana) podvodníků, deviantů či teroristů
- Vznik jevu kybernetický stalking (pronásledování a obtěžování prostřednictvím moderních technologií)
- Rozšíření a vznik nových psychosomatických obtíží spojených s nadměrným sledováním digitálních médií (zhoršený zrak, nárůst procentuálního podílu obezity u mládeže, vadné držení těla, nedostatečná schopnost koncentrace, poruchy spánku, zažívací obtíže, bolesti páteře a hlavy, vznik závislostí na digitálních technologiích – nomofobia a dalších)

Jak vidno, pozitiv i negativ v kontextu s působením médií na mládež je celá řada a není snadné rozhodnout, co převažuje. Jisté je, že právě mládež je ve využívání nových digitálních technologií vždy o krok napřed před staršími generacemi. Společnost musí reagovat na nový vývoj a vypořádávat se s riziky, která mocný rozmach digitálních technologií pro mládež přináší. Vliv masových médií nelze určitě zcela eliminovat, je však třeba se s nimi naučit smysluplně zacházet a nenechat se jimi zcela ovládnout.

3.4 Sociálně negativní projevy mládeže a média

Často diskutovaným tématem mezi odbornou i laickou veřejností je, zda a do jaké míry mají masová média vliv na chování mládeže. Pedagogové i psychologové upozorňují na zvýšenou agresivitu mládeže a leckoho napadne dát si tuto skutečnost do spojitosti se zvýšeným zájmem o média a nárůstem násilných scén v nich prezentovaných. Například Urban uvádí, že korelace mezi sledováním televize a zvýšenou agresí (resp. kriminalitou) nebyla vědecky nikdy prokázána. „Proměnných je totiž v běžném životě příliš mnoho a i v experimentální rovině se dají jen těžko kontrolovat nebo simulovat“ (Urban et. al, 2011, s. 103). Neznamená to, že by mezi mediálním násilím a agresí nebyl žádný vztah, ale patrně používáme nevhodné metodologie, abychom ho prokázali. Kromě toho, i kdybychom uměli prokázat teoretickou i empirickou spojitost mezi mediálním násilím a agresí v laboratoři, ve skutečném životě jsou sociální faktory jako chudoba, vzdělání a reálné násilí natolik

mocné samy o sobě, že média jsou jen zanedbatelnou přidanou hodnotou (Giles, 2010, s. 47).

Jiní autoři, např. Sak, Martínek, Vašutová či Jiráček, McQuail však vztah mezi sledováním násilí na obrazovkách a mírou pozdější agrese či kriminality do spojitosti dávají. Například v českém prostředí se v empirickém sociologickém výzkumu (Sak, 2000) prokázala statisticky významná závislost mezi mladistvými delikventy a sledováním některých pořadů na Nově (erotické pořady a akční filmy). Sak upozorňuje, že i když ze strany majitelů komerčních televizí je snaha prezentovat své vysílání pouze jako zábavu bez dopadu na mládež a populaci, skutečnost je jiná. „Zvláště na specifické skupiny dětí a mládeže s problémovým rodinným zázemím je dopad některých pořadů televize Nova velmi negativní“ (Sak, 2007, s. 108). Z toho lze usuzovat, že i zde hraje velkou roli postavení rodiny, hodnoty v ní preferované, způsob trávení volného času a výchovný styl.

Není jistě tajemstvím, že současný televizní program je napěchován vraždami a násilím. Například v německých televizích se v devadesátých letech zobrazovalo průměrně 70 vražd denně. Bylo by zajímavé zjistit, jaké toto číslo bude v současné době na českých obrazovkách. Velmi oblíbeným žánrem se staly detektivky a „akční“ kriminalistické seriály, kdy každý díl začíná vraždou či únosem. Pokud někteří autoři vylučují přímý vliv mezi mediálním násilím a zvýšenou agresivitou, jakkoli je to vědecky obtížně dokazatelné, je možno s tímto postojem polemizovat s „oporou“ o studie, které dokládají spojitost mezi nárůstem případů, které se nápadně podobaly kauzám prezentovaným v médiích (únosy, loupeže, sebevraždy). McQuail (2007) o nich hovoří jako o jistých případech nápodoby či nákazového účinku.

Martínek sice upozorňuje na nejednoznačné a rozporuplné výsledky studií zabývajících se fenoménem mediálního násilí, ale přesto považuje mediální násilí za jednu nejzávažnějších příčin nárůstu projevů agresivního chování u dětí a mládeže (Martínek, 2009, s. 78). Jako velmi nebezpečné mohou být prezentované násilné scény na malé děti. Z pohledu dětských psychologů je dítě snadno ovlivnitelné a má poměrně malou rozlišovací schopnost v tom, co je možné a co ne, co je skutečné a co je fikce. Snad každé dítě ve svých dětských hrách kopírovalo či kopíruje své oblíbené pohádkové či filmové hrdiny. Starší generace jistě nepopřou, že jejich dětské hry byly často ovlivněny tehdy velmi populárními postavami z románů Karla Maye, které byly velmi zdařile ztvárněny v sérii německých filmů. V těchto filmech bylo možno celkem snadno

rozeznat dobro od zla a hlavní hrdinové byli prezentováni jako nositelé velmi ušlechtilých lidských hodnot a je možno se domnívat, že dopad těchto snímků byl na mládež spíše kladný. V současné době však většina příběhů, které děti prožívají, není tak jednoznačných z hlediska pojetí dobra a zla. A ve snímcích se navíc často objevuje prvek násilí, který často není v souvislosti s trestáním nějakého špatného skutku.

Často si neuvědomujeme, od jak raného věku předkládáme dětem vzory agresivního chování přes televizi, DVD, video, počítač. Poměrně známé jsou příběhy Toma a Jerryho. Situace, které tyto dvě postavičky prožívají, v dětech i dospělých vyvolávají smích, připadají nám legrační. „Uvědomme si však, že způsob, jakým se k sobě chovají je plný agrese a násilí. V každém příběhu je tělo ať již kocoura, nebo myši nějakým způsobem zraněno, zdeformováno. Problémem je fakt, že jejich těla jsou v krátké době vrácena do původní podoby a zvíře nadále funguje jako nepoškozené. Rozlišení dobra a zla v rámci postavy není v těchto příbězích plně definováno. Zamysleme se nad tím, kdo je hodný – Tom nebo Jerry? Na tuto otázku nelze odpovědět – obě postavičky se k sobě chovají zákeřně a často používají otevřenou agresi“ (Martínek, 2009, s. 78). Podobných dětských hrdinů bychom našli desítky, určitě sem můžeme zařadit i seriál Jen počekaj, zajíci! A snad všechny „Disneyovky“. Z těchto „hrdinů“ dětí útlého věku se s přibývajícím roky pozornost upíná k akčním hrdinům, jejichž často nesmyslné „výkony“ ve filmech se stávají předmětem nápodoby školní mládeže. Mnozí odborníci uvádějí, že lze pozorovat určitou spojitost mezi scénami a způsoby jednání v akčních filmech a reálným chováním mladistvých delikventů. Po celém světě existují spousty případů, kdy mladiství páchali trestnou činnost a přesně kopírovali scény ze svých oblíbených filmů. Při zvýšené míře sledování násilných scén, je nasnadě se obávat vlivu na určité skupiny (viz. Sak), zvláště pokud bereme v úvahu současnou „mediální otupělost“ celé společnosti, a tím pádem zhoršenou schopnost odlišovat mezi virtuální a objektivní realitou.

Časté pozorování násilí upevňuje přesvědčení dítěte, že agrese je přípustná, povolená a pomocí ní může řešit konflikty, do kterých se člověk během života dostane (Martínek, 2009, s. 78). Zvláště nebezpečné je působení násilných scén na děti ze sociálně slabšího prostředí a rozvrácených rodin. Lidé s jednodušším přístupem k chápání souvislostí více sledují „efekt“ a často ani nechápou a nezamýšlí se, proč je násilí ve filmu vyobrazeno a na co daný snímek třeba poukazuje. Lze se domnívat, že dítě vyrůstající v kompletní rodině s jasně stanovenou hierarchií hodnot, vedené k určitému režimu a odpovědnosti,

by nemělo mít takové sklony a potřeby kopírovat dění z televizní obrazovky, jako jejich vrstevníci ve společnosti ne zcela pevně ukotvení.

At' už je vliv médií a jejich negativních obsahů na chování mládeže silný či jen marginální, je úkolem současné společnosti se s ním vypořádat. Je určitě dobře podporovat mládež v získávání dovedností nezbytných pro zvládnání obsluhy všemožných moderních digitálních technologií, na druhé straně je však třeba upozorňovat na možná rizika plynoucí z jejich „nadužívání“. Především je třeba mládeži nabízet takové alternativy, aby byl volný čas smysluplně využíván a spolu s působením rodiny a školy vedl k všestrannému rozvoji člověka, a nevytvářel z většiny dětí jen pasivní konzumenty mediálních produktů s rizikem vzniku závislosti.

Shrnutí třetí části

Dle většiny dosavadních výzkumů je skupinou nejvíce využívající masová média dospívající mládež. Pod vlivem médií jsou již malé děti, kterým je již od útlého věku především televizí prezentován svět pochybných a nejasných hodnot prostřednictvím často nepřiliš vhodných pohádkových seriálů. Pohádkové hrdiny v pozdějším věku na pomyslném žebříčku popularity střídají akční hrdinové. Pokud se dítě věnuje sledování těchto pořadů až příliš, dostává se mu často zmatku ve vnímání virtuální a objektivní reality, který se v budoucnu může stupňovat vstupem do internetového prostředí sociálních sítí. Děti pak často žijí na internetu virtuální životy a někdy to dochází tak daleko, že není důležité, co člověk který den prožije, ale to, jak to je prezentováno na sociálních sítích a kolika „přátelům“ „se to líbí“. Nebezpečí je, že mládež s nedostatky zkušeností může z nevhodných mediálních obsahů kopírovat typické vzorce chování a uchýlovat se k sociálně závadnému chování, což se občas bohužel stává.

Vhodnou protiváhou proti přílišnému vlivu masových médií je rodina a její výchovný a životní styl. Jde o to, aby rodina děti vedla ke vzdělání, zodpovědnosti a smysluplnému využívání volného času, který vede k všestrannému rozvoji osobnosti. Potom je škodlivý vliv médií částečně omezen, i když nikdy nebude zcela eliminován. Rodina s tvůrčím přístupem k volnému času však méně pravděpodobně bude inklinovat k pasivní konzumaci mediálních obsahů.

4 Projekt a prezentace výsledků empirického šetření

4.1 Teoretická východiska empirického šetření

Česká společnost na přelomu 20. a 21. století prošla ve svém vývoji velkými změnami. Změny se projevují ve všech oblastech života společnosti. Politicko-ekonomické proměny fungování celé společnosti se postupně projevují i v postojích a ve stylu výchovy. Rozvíjejí se myšlenkové proudy demokracie, humanismu, pozdní modernity a v posledních letech především globalizace, byť jejich pochopení a implementace do společnosti se často jeví jako značně pokulhávající. Tyto změny se promítají i do oblasti masových médií a vývoje nastupující mladé generace.

Společnost označovaná jako postindustriální či postmoderní, je dnes stále častěji nazývána společností informační. Z analýzy odborné literatury, které jsme se věnovali první části práce, vyplývají některá zjištění, která určitým způsobem popisují vztah dnešní mládeže k masovým médiím. Je zřejmé, že masová média hrají v životě mládeže stále větší roli. Evidentní je, že vzrůstá čas, který mládež médiím věnuje, především pak novým digitálními technologiím. Tento segment zažívá v posledních letech takový rozmach, že se objevují stále nové a nové způsoby využívání, o kterých se publikace staršího data vůbec nezmiňují, neboť ještě nebyly známé.

Již v roce 2004 Sak konstatuje, že došlo k výraznému poklesu času, který mládež věnuje četbě a zároveň dochází k radikálnímu nárůstu u času stráveného s internetem. V roce 2000 se práce s počítačem dělila s četbou knih o desátou příčku v pořadí nejoblíbenějších volnočasových aktivit mládeže, v roce 2005 již zaujímal třetí příčku (Sak, 2007, s. 261). V současné době lze předpokládat ještě větší podíl internetu na celkové skladbě mediálních aktivit mládeže a lze se domnívat, že žebříčku volnočasových aktivit bude dominovat. Mnozí odborníci se již zabývají dopady „nadužívání“ médií na mládež; mnozí teenageři jsou na internetu závislí a dochází u nich k deformaci sociálních vztahů a vnímání objektivní reality a také k nezanedbatelným psychosomatickým obtížím.

Z mnohých případů uvedených v literatuře vyplývá, že veliký vliv na chování mládeže má i zvýšený podíl televizních pořadů (filmů a seriálů) prezentujících násilí. Jak bylo

v předchozích částech práce uvedeno, ohroženější skupinou je mládež pocházející z nižších sociálních a vzdělanostních vrstev.

Dle informací získaných analýzou odborné literatury věnované výchově a působení rodiny na dospívající jedince (Možný, Strouhal, Giles, Taxová, Kraus, Vašutová a další) lze usuzovat, že úroveň rodinného zázemí mládeže bude mít značný vliv i na trávení volného času a postoji k médiím. Rodiny, které dbají na smysluplné využívání svého volného času a rozvoji vzdělání, dávají dítěti důležitý vklad do života. Tito mladí lidé jsou i přes velký vliv vrstevníků a samotných médií „obrněnější“ vůči škodlivým vlivům masových médií, byť úplná eliminace těchto vlivů je téměř nemožná.

4. 2 Cíle a úkoly empirického šetření

Cílem empirického šetření bude zjistit, jaký význam připisuje mládež médiím ve svém vlastním životě

Úkolem výzkumu bude zjistit:

- Jaký je rozdíl ve vnímání a využívání masových médií mezi žáky SOU a studenty gymnázia.
- Jaký vliv na postoje mládeže k médiím má rodinné zázemí.

Empirické šetření bude zjišťovat, jaké jsou rozdíly z hlediska vnímání masových médií mezi studenty gymnázia a žáky středního odborného učiliště. Tím bude ověřována ústřední hypotéza, která říká, že studenti gymnázia budou, oproti svým vrstevníkům ze středního odborného učiliště orientováni více na četbu a konzervativnější média.

4. 3 Reálné hypotézy

Vlastní výzkum má charakter kvalitativně-quantitativního šetření. Pro účely šetření jsme na základě analýzy odborné literatury stanovili následující hypotézy:

H1: V důsledku společenských změn a rozvoje digitálních technologií narostl čas, který mládež tráví s masovými médii.

H2: U žáků z menších obcí, oproti vrstevníkům z obcí větších, budou hrát elektronická média menší roli.

H3: Žáci středního odborného učiliště tráví, oproti studentům gymnázia, více času s internetem a méně se věnují četbě.

4.4 Popis vzorku respondentů

Pro účely dotazníkového šetření byly vybrány střední školy v menším městě poblíž Prahy. Jedná se o město s cca 9000 obyvateli a poměrně bohatou kulturní historií. Pro účely provádění dotazníkového šetření bylo zvoleno gymnázium a střední odborné učiliště. Obě instituce zde dlouhodobě působí.

Gymnázium v tomto městě má za sebou více než šedesátiletou historii a v současné době poskytuje vzdělání v osmiletém a čtyřletém studijním programu, školu celkem navštěvuje 332 studentů.

Střední odborné učiliště poskytuje, prostřednictvím svého střediska ve městě, vzdělání v oblasti nábytkářské a dřevařské výroby, stavebnictví, strojírenství, opravárenství a služeb ve tříletých učebních oborech zakončených závěrečnou zkouškou a získáním výučního listu a ve čtyřletém studijním oboru zakončeném maturitní zkouškou. Školu celkem v obou střediscích výuky navštěvuje 461 žáků.

Obě školy nabízejí možnost provozování volnočasových aktivit v zájmových kroužcích. Střední odborné učiliště organizuje kroužek truhlářský, kroužek sportovních her, kroužek volejbalu a posilování.

Gymnázium má svůj školní sportovní klub, který se zabývá především organizací cyklistických, lyžařských a vodáckých výletů či zájezdů. Dále nabízí kroužky konverzace v anglickém, německém, francouzském a ruském jazyce. A nabídku doplňují kroužky dramatické výchovy a keramiky.

Skupinu respondentů tvořili po dohodě se statutárními zástupci škol studenti kvinty a sexty osmiletého gymnázia a žáci prvních a druhých ročníků učebních oborů SOU. Výzkum je zaměřen právě na skupinu mládeže ve věku 15-16 let. Důvodem zaměření se na tuto věkovou skupinu je i fakt, že by se dle výzkumů mělo jednat o skupinu, která se mediálními aktivitami věnuje velmi často, ovšem měl by být znatelný určitý pokles oproti skupině 13- 14 let.

Do souboru respondentů bylo zařazeno celkem 55 studentů kvinty a sexty gymnázia a 71 žáků prvního a druhého ročníku středního odborného učiliště. Jednalo se o učební obory Kadeřník, Mechanik motorových vozidel a Opravář zemědělských strojů.

4.5 Analýza výzkumných nástrojů

Pro účely získání dat při kvantitativním výzkumu byla zvolena technika dotazníkového šetření. Výhodou dotazníku je získání velkého množství dat v poměrně krátké době. Dotazník byl koncipován tak, aby u zvoleného vzorku respondentů zjišťoval způsob vnímání masových médií v závislosti na proměnných vstupních faktorech. Ze získaných dat byly analyzovány rozdíly v postojích k jednotlivým položkám dotazníku v závislosti na pohlaví, rodinném zázemí, vzdělání rodičů a typu navštěvované školy.

Dotazník má celkem 20 položek a byl koncipován po dohodě s řediteli škol tak, aby jeho vyplnění zabralo maximálně 20 minut. Položky dotazníku s pořadovým číslem 1-8 jsou věnovány výchozím proměnným hodnotám: pohlaví, typ školy, vzdělání a zaměstnání rodičů. Většina otázek je uzavřených s možností volby odpovědí. Položky 12 a 15 budou vyhodnocovány metodou sémantického diferenciálu, respondenti volí z nabízené škály hodnot dle subjektivního významu jednotlivých položek. Položka č. 14 je volena jako uzavřená s možností uspořádání nabídky dle subjektivních preferencí respondentů. Závěrečná otázka č. 20 je otázka otevřená.

Pro ověřování stanovených reálných hypotéz jsou určeny tyto položky: Pro ověření hypotézy H1, která si všímá času, který respondenti médiím věnují, jsou určeny položky č. 9, 14, a 17. Pro účely ověření hypotézy H2 jsou sledovány položky č. 10, 11, 12, 18, a 20. Pro ověření hypotézy H3 jsou určeny spolu s položkou č. 3, položky č. 13, 15, a 16. Položka č. 19 v kombinaci s položkami č. 4 až 8 zjišťuje, nakolik má rodinné zázemí vliv na důvěřivost či ostražitost vůči možným rizikům přátelství přes internet. Dále bude kombinací položek č. 3, 11, 12, 13, 17 a 18 zjišťováno jaký je rozdíl ve využívání médií mezi žáky gymnázia a SOU.

Poněvadž se jedná o výzkum smíšeného designu, druhou využitou technikou sběru dat bude rozhovor. Rozhovor bude realizován se skupinou členů jednotky Sboru dobrovolných hasičů ze stejného města, která náleží do stejné věkové skupiny jako soubor respondentů při dotazníkovém šetření. Sbor má za sebou dlouholetou tradici (letos 130. výročí) a dlouhodobě se věnuje výchově mládeže v zájmovém kroužku. Sbor čítá celkem 58 členů, z toho je u sboru v současné době aktivních 16 mladistvých; ve věkové skupině 15- 17 let je ve sboru zapojeno celkem 6 členů. Těchto 6 členů bylo

požádáno, aby se zúčastnili neformálního rozhovoru, jehož struktura bude do jisté míry korespondovat s položkami dotazníkového šetření, aby bylo možno získané poznatky konfrontovat s daty získanými během dotazníkového šetření.

4.6 Podmínky realizace výzkumného šetření

Dotazníkové šetření bude po dohodě s řediteli škol realizováno ve výuce ve výše uvedených školách za přítomnosti autora práce a vyučujícího pedagoga v předem dohodnutém termínu. Přítomnost autora bude žádoucí z důvodu objasnění výzkumu a za účelem vysvětlení případných nejasností v dotazníku, tak aby nedocházelo k případnému zkreslování ze strany pedagoga. Po úvodním představení se a zdůvodnění výzkumu budou žákům rozdány připravené dotazníky, které po samostatném vyplnění odevzdají do připravené krabice. V případě zájmu bude vyhodnocení šetření ředitelům škol předloženo k nahlédnutí.

Rozhovor bude organizován jako neformální setkání v prostorách hasičské zbrojnice pouze za přítomnosti respondentů a autora práce; respondenti budou poučeni a seznámeni s cílem rozhovoru. Rozhovor byl odsouhlasen velitelem Sboru dobrovolných hasičů, který byl obeznámen s jeho předpokládanou strukturou a obsahem. Respondentům bude zdůvodněn postup výzkumného šetření, bude jim sděleno, že jejich odpovědi a poznatky budou anonymně využity pouze pro účely bakalářské práce a nebudou jinde publikovány. Ze setkání nebude pořizován žádný záznam; pouze ručně psané poznámky, které autor shrne pro účely porovnání s výsledky dotazníkového šetření. V případě zájmu bude respondentům toto shrnutí předloženo.

4.7 Prezentace výsledků empirického šetření

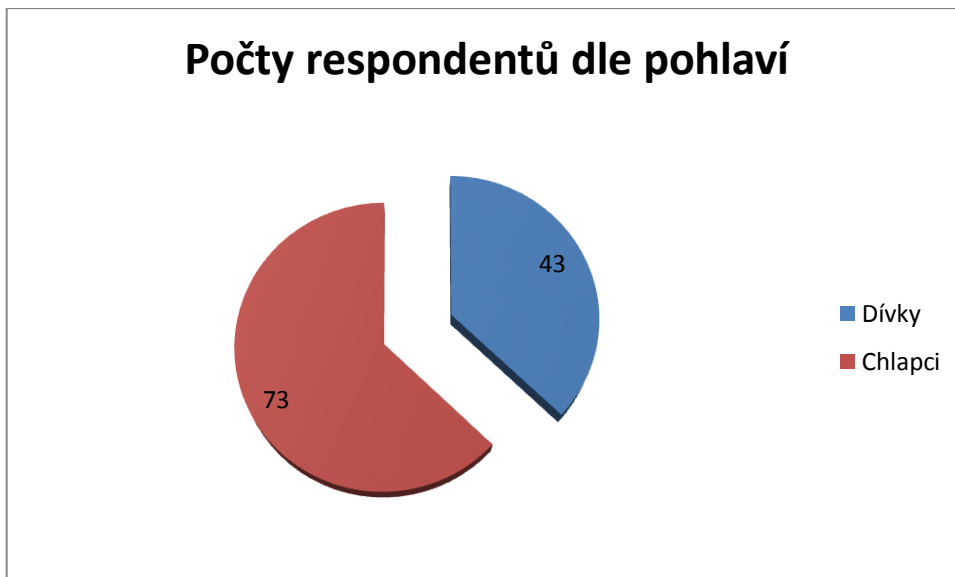
4.7.1 Vyhodnocení dotazníkového šetření

Dotazníky byly po dohodě se zástupci škol rozdány žákům k vyplnění ve výuce za přítomnosti vyučujícího pedagoga a autora práce. Z vybraného vzorku celkem 126 respondentů bylo při dotazníkových šetřeních přítomno 118. Z vybraných 55 studentů gymnázia bylo přítomno 49; z vybraných 71 žáků středního odborného učiliště se dostavilo 69. Jeden dotazník studenta gymnázia byl z důvodu nesmyslných odpovědí a nedostatečné vyplněnosti z vyhodnocení vyřazen. Poté byly vyhodnocovány jednotlivé položky dotazníku (viz příloha č. 1) a následně ověřovány reálné hypotézy.

Celkový počet vzorku respondentů	126
Počet rozdaných dotazníků	118
Počet vyřazených dotazníků	1
Počet vyhodnocovaných dotazníků	117

Tabl. Počty dotazníků

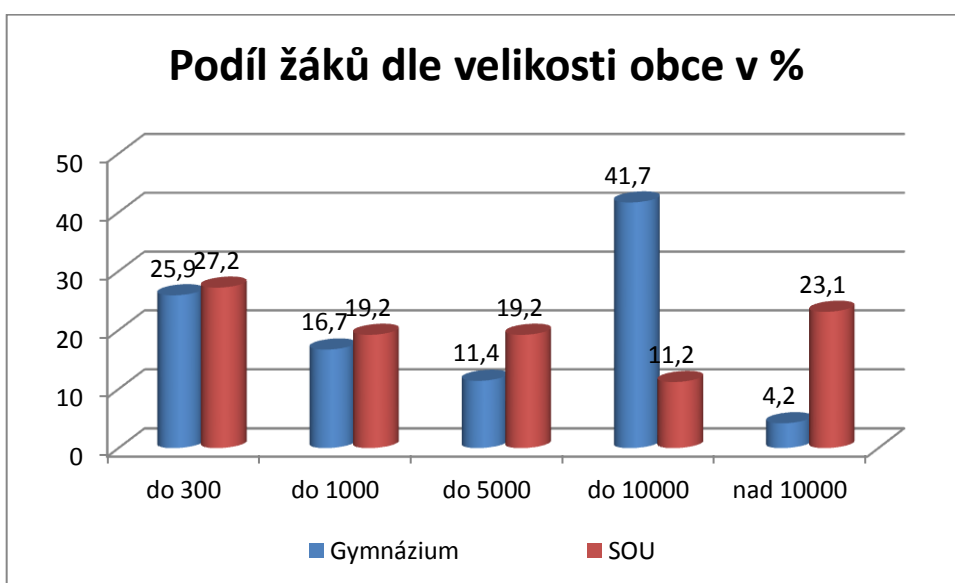
- **Položka č. 1** – zjišťuje pohlaví respondentů



Graf č. 1

Na gymnáziu bylo ze 48 odevzdaných dotazníků vyplněno 31 dívkami a 17 chlapci, na středním odborném učilišti byl poměr 56 chlapců ku 13 dívkám.

- **Položka č. 2** - zjišťovala velikost obce, ze které žáci pocházejí

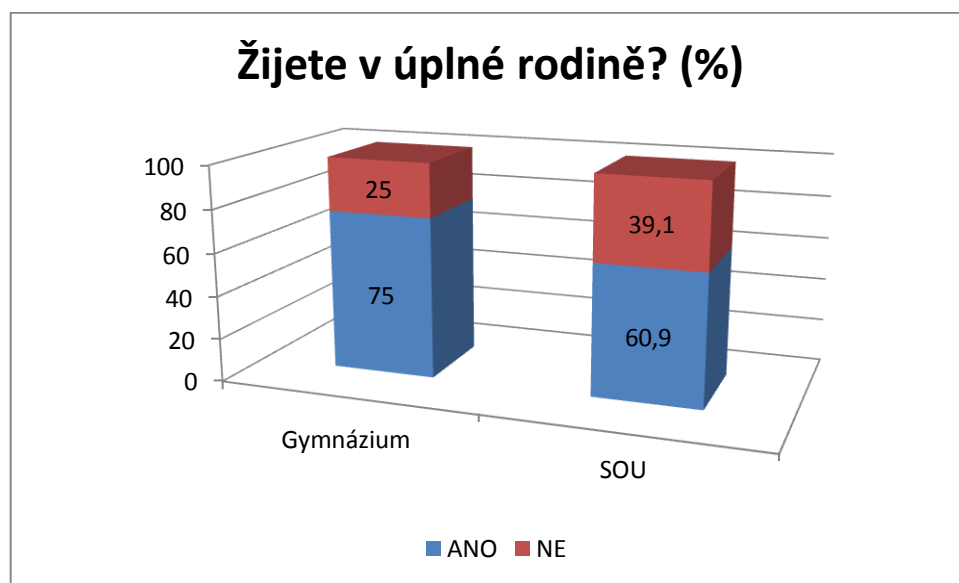


Graf č. 2

Na základě zjištěných dat lze konstatovat, že žáci středního odborného učiliště pocházejí většinou z menších obcí (do 5000 obyvatel). Vysoký podíl žáků z měst nad 10000 na úkor měst do 10000 u žáků středního odborného učiliště lze možná přičítat neznalosti počtu obyvatel města, v němž škola sídlí. Město má necelých 9000 obyvatel a jeví se jako málo pravděpodobné, že by žáci dojížděli z 20 km vzdáleného okresního města nebo z dalších takto velkých měst či z Prahy, které jsou vzdálené cca 40 km. U gymnázia je evidentně největší podíl studentů místních, škola je zde považována v jistém smyslu za prestižní.

• **Položka č. 3** - se respondentů táže na druh navštěvované školy - počty jsou zmiňovány v úvodu této kapitoly

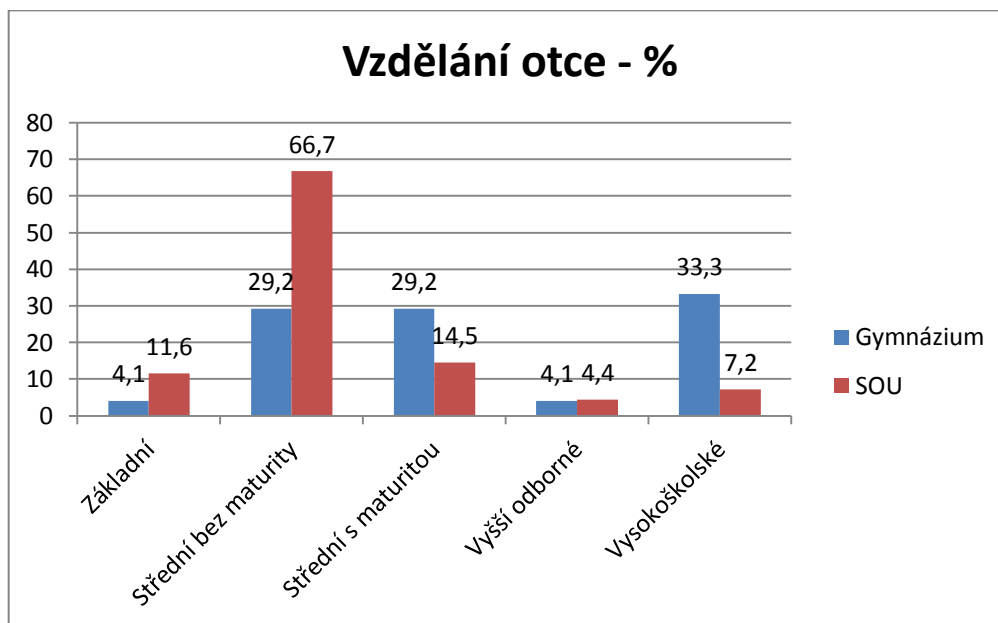
• **Položka č. 4** – zjišťovala, zda žáci žijí v úplné rodině



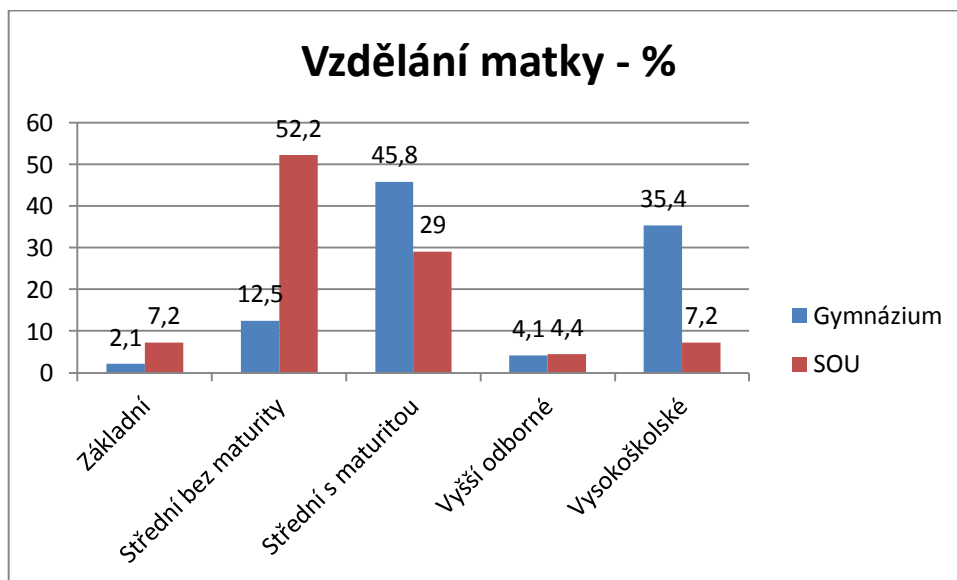
Graf č. 3

Z odpovědí vyplývá, že mírně vyšší podíl neúplných rodin je četnější u žáků středního odborného učiliště.

- **Položka č. 5 a 6** – zjišťovala úroveň nejvyššího dosaženého vzdělání rodičů



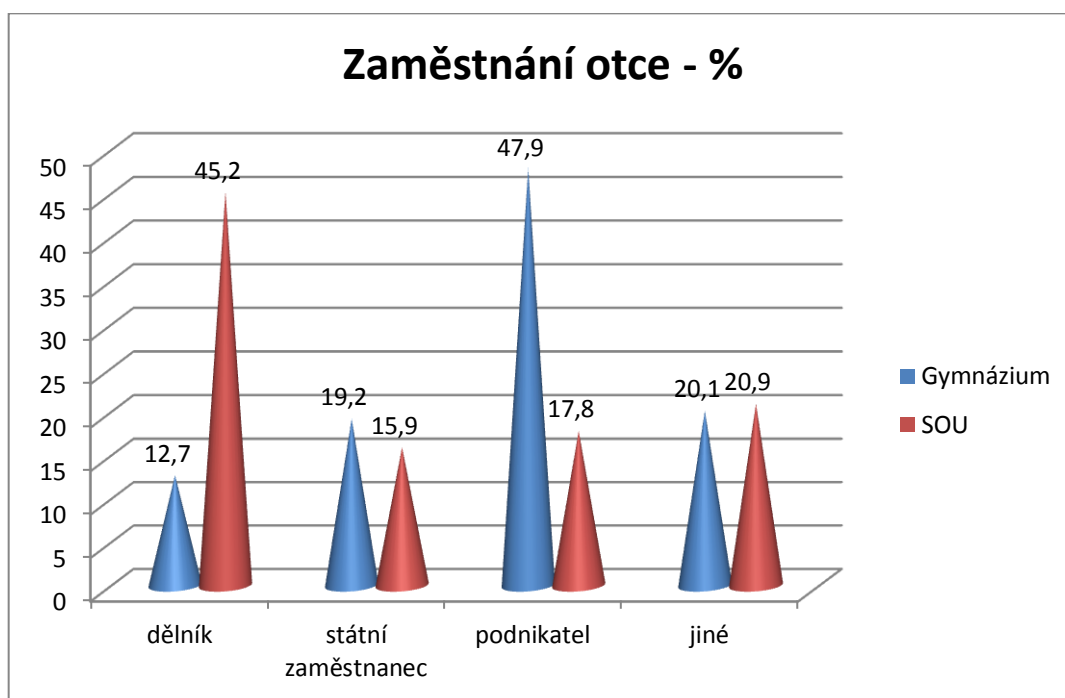
Graf č. 4



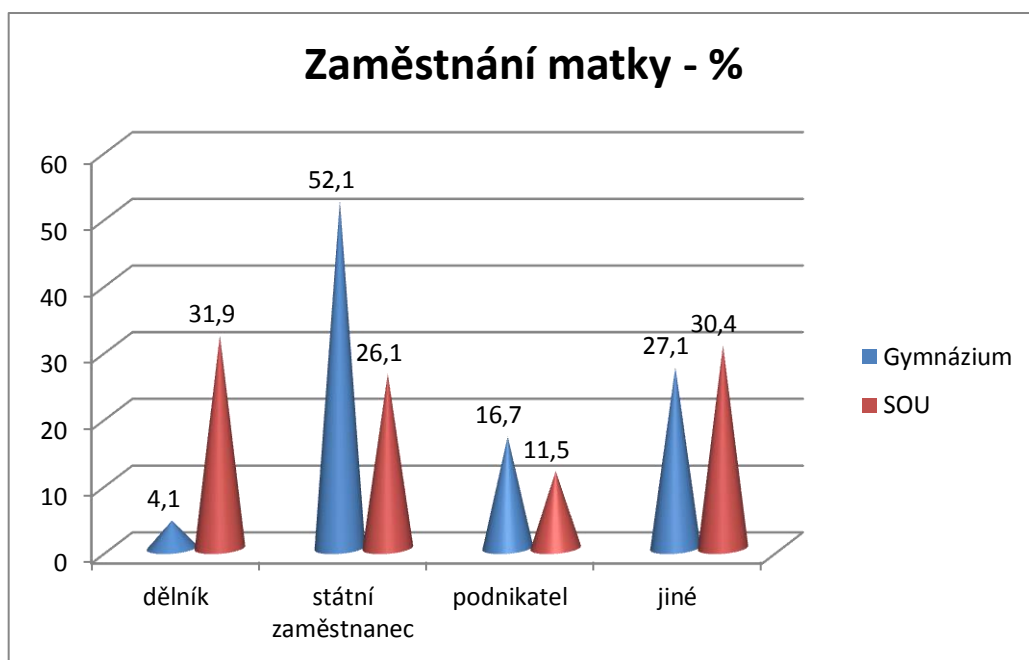
Graf č. 5

Ze získaných údajů vyplývá předpokládané zjištění, že v průměru vyšší vzdělání mají rodiče studentů gymnázia. Zajímavým zjištěním je, že matky respondentů mají v průměru vyšší vzdělání než otcové. U žáků gymnázia údaje vypovídají o tom, že 85,3 % matek má středoškolské s maturitou a vyšší vzdělání oproti 66,6 % otců. U žáků středního odborného učiliště je tento poměr 40,6 % ku 26,1 % opět ve prospěch matek. Podíl vysokoškolsky vzdělaných rodičů je u studentů gymnázia oproti žákům učiliště cca 5 x vyšší.

- **Položka č. 7 a 8** – zjišťuje zaměstnání rodičů



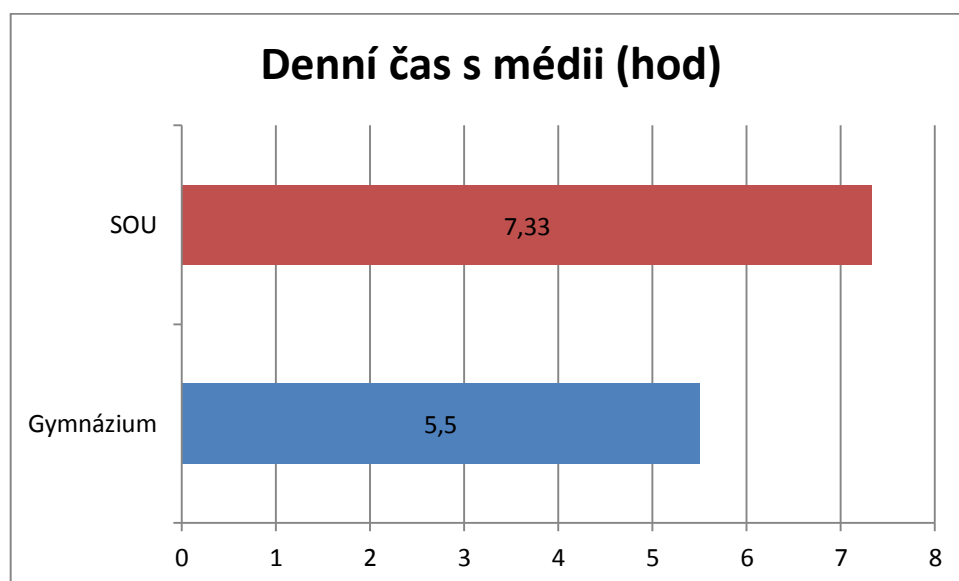
Graf č. 6



Graf č. 7

Zaměstnání rodičů respondentů do jisté míry logicky koresponduje s úrovní dosaženého vzdělání. Značný podíl mezi zaměstnanci v dělnických profesích mají rodiče žáků středního odborného učiliště. Vyšší podíl mezi státními zaměstnanci vykazují rodiče studentů gymnázia, nejčastěji uváděné zaměstnání otců studentů gymnázia je podnikatel. Rozdíly lze spatřovat i v možnosti jiné, kde studenti gymnázia často uvádějí pracovní pozice jako manažer či ředitel. Žáci středního odborného učiliště pak profese jako řidič, kuchařka atp. Zhruba 10 % žáků učiliště uvádí u položky jiné nezaměstnaný či invalidní důchod.

- **Položka č. 9** – první, které se týká přímo masových médií. Táže se průměrný denní čas věnovaný masovým médiím

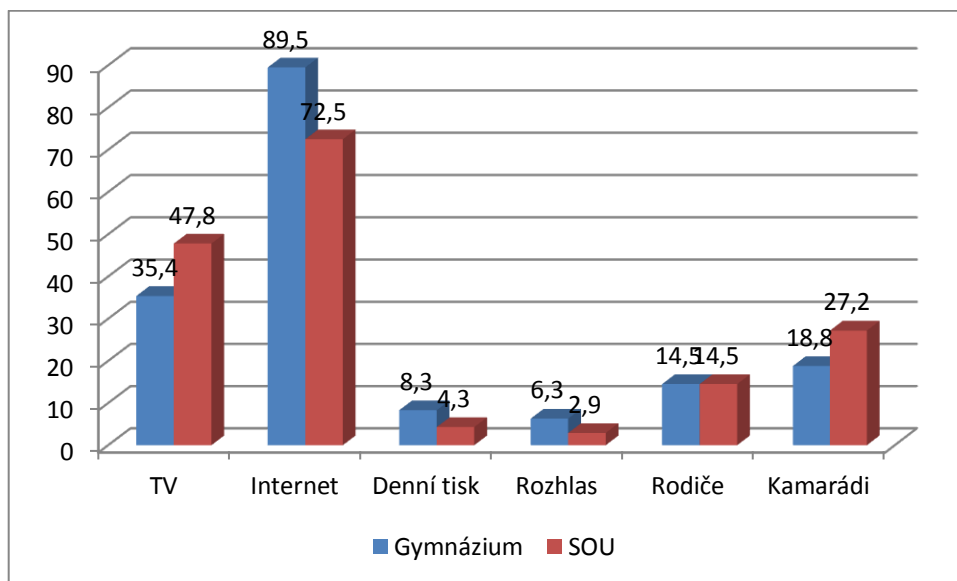


Graf č. 8

Z výsledků jasně vyplývá, že podstatně vyšší čas s médii tráví žáci středního odborného učiliště; jednotlivé případy extrémní konzumace mediálních produktů (15 a více hodin), se ve stejné míře objevili na obou typech škol. Průměr, který vychází z odpovědí respondentů z gymnázia, překračuje o dvě hodiny průměr, který pro věkovou skupinu 15-16 let ve výzkumu z roku 2011 udává Vašutová et. al (2013). Vypadá to, že díky mocnému rozmachu především sociálních sítí, začínáme v tomto ohledu dohánět „vyspělé“ západní země.

- **Položka č. 10** – položka se jeví být zbytečnou, neboť 100 % respondentů uvádí, že má zajištěn doma přístup na internet. Komputerizace společnosti postoupila natolik, že se dnes jedná o samozřejmost, že rodina vlastní PC s připojením na internet.

- **Položka č. 11** – táže se respondentů, jaké informační zdroje využívají ke sledování dění ve světě



Graf č. 9 – Informační zdroje

Z výsledků jasně vyplývá, že nejoblíbenějším informačním zdrojem je internet, především u studentů gymnázia. Většina respondentů využívá více informačních zdrojů; u žáků učiliště je patrný mírně zvýšený zájem o informace z televize a od kamarádů. Velmi malý je zájem o informace z denního tisku a z rozhlasu.

- **Položka č. 12** – zjišťuje, jaký druh médií by respondentům dlouhodobě nejvíce chyběl.

Internet	1,5
Mobilní telefon	1,79
Knihy	2,92
Televize	2,96
Noviny	3,63
Rozhlas	4,75

Tab. 2. Oblíbenost médií – gymnázium

Internet	1,54
Mobilní telefon	1,64
Televize	2,45
Noviny	3,91
Rozhlas	4,27
Knihy	4,31

Tab. 3. Oblíbenost médií - SOU

Položka byla vyhodnocována jako průměrná hodnota jednotlivých hodnot zvolených na škále 1-5; č. 1 znamenalo- chybělo by mi velmi moc, 5 – nechybělo by mi vůbec. Internet je jednoznačně médium, jehož absence by byla pro všechny respondenty nejcitelnějším problémem. Knihy by mnohem více chyběly studentům gymnázia.

• **Položka č. 13** – zjišťuje, zda mají respondenti profil na sociálních sítích. Sociální sítě je fenomén posledních let, který zasáhl snad všechny mladé. 100 % respondentů uvádí, že profil mají. 100 % gymnazistů a 97 % učňů má profil na síti facebook, která v tomto ohledu dominuje. Zhruba 46 % gymnazistů má profil na více než jedné síti; u učňů je to cca 58 %. U možnosti jiné uvádějí učni především sítě instagram a snapchat, které se u gymnazistů vůbec neobjevují.

• **Položka č. 14** – všímá si, čemu se respondenti nejraději věnují ve volném čase. Respondenti přiřazují k jednotlivým možnostem čísla od 1 do 10, přičemž číslo 1 značí aktivitu nejvíce oblíbenou, 10 naopak neméně oblíbenou. Výsledný aritmetický průměr udávaných známek určuje pořadí oblíbenosti jednotlivých aktivit od nejvíce po nejméně oblíbenou.

Kamarádi	3
Hudba	3,07
Sport	3,28
PC, internet	3,57
Rodina	3,64
Četba	5,2
Televize	5,5
Příroda	5,85
Nicnedělání	6,14
Domácí práce	9,14

Tab. 4. Volný čas - gymnázium

Rodina	2,56
Kamarádi	2,88
PC, internet	3
Sport	3,25
Hudba	4,06
Televize	5,1
Příroda	5,56
Domácí práce	6,56
Nicnedělání	7,37
Četba	8,75

Tab. 5. – Volný čas – SOU

Z uvedených dat je zřejmý rozdílný přístup k jednotlivým kategoriím mezi oběma typy škol. Možná trochu překvapivě je pro žáky učiliště nejdůležitější rodina, u gymnazistů zaujímá až páté místo. Na druhou stranu je pro gymnazisty poměrně důležitá četba, pro učně je nejméně lákavou volnočasovou aktivitou. Zajímavý je také rozdíl ve skóre u kategorie domácí práce. U gymnazistů se jedná o absolutně nejméně oblíbenou činnost, u učňů je zřejmý poměrně kladnější vztah k práci.

- **Položka č. 15** – zjišťuje, jaká elektronická média jsou v rodinách nejoblíbenější

Internet	1,5
Mobilní telefon	1,95
Televize	2,14
Rozhlas	3,64
DVD, domácí kino	3,68

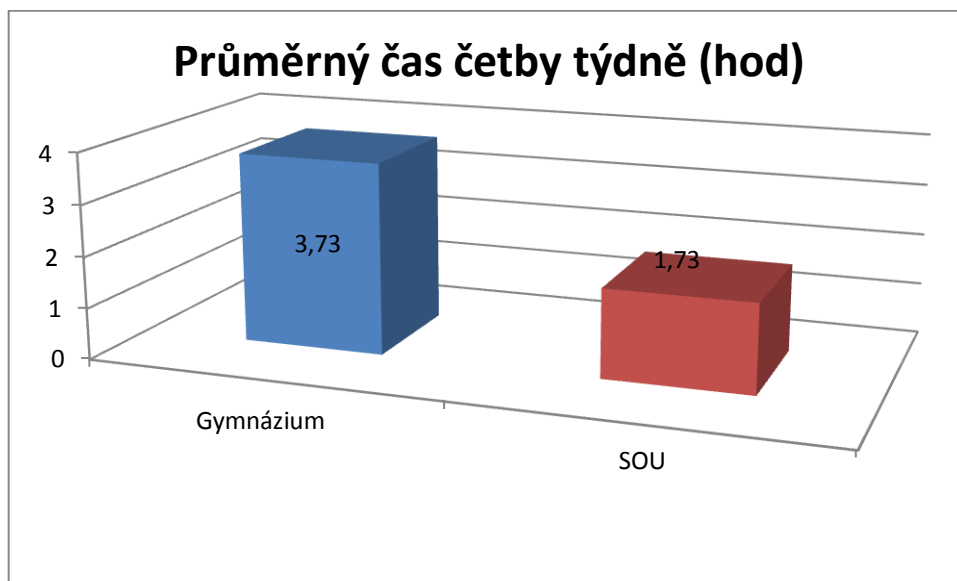
Tab. 6 – Média v rodině- gymnázium

Televize	1,73
Mobilní telefon	1,82
Internet	2
DVD, domácí kino	3,14
Rozhlas	4,09

Tab. 7 – Média v rodině - SOU

Položka byla vyhodnocována jako průměrná hodnota jednotlivých hodnot zvolených na škále 1-5; číslo 1 znamenalo nejvíce oblíbené a číslo 5 naopak znamená vůbec neoblíbené. Jak vidno určité drobné rozdíly pozorovat lze, ovšem nejedná se o rozdíly zásadní. Nejméně oblíbenými elektronickými médii obecně jsou rozhlas a DVD/ domácí kino. Právě DVD/ domácí kino, technologie, která zažila největší rozmach na přelomu století, kdy ještě nebyl tak masivně rozšířen internet, je pravděpodobně internetem ze spektra oblíbenosti elektronických médií vytlačována na okraj.

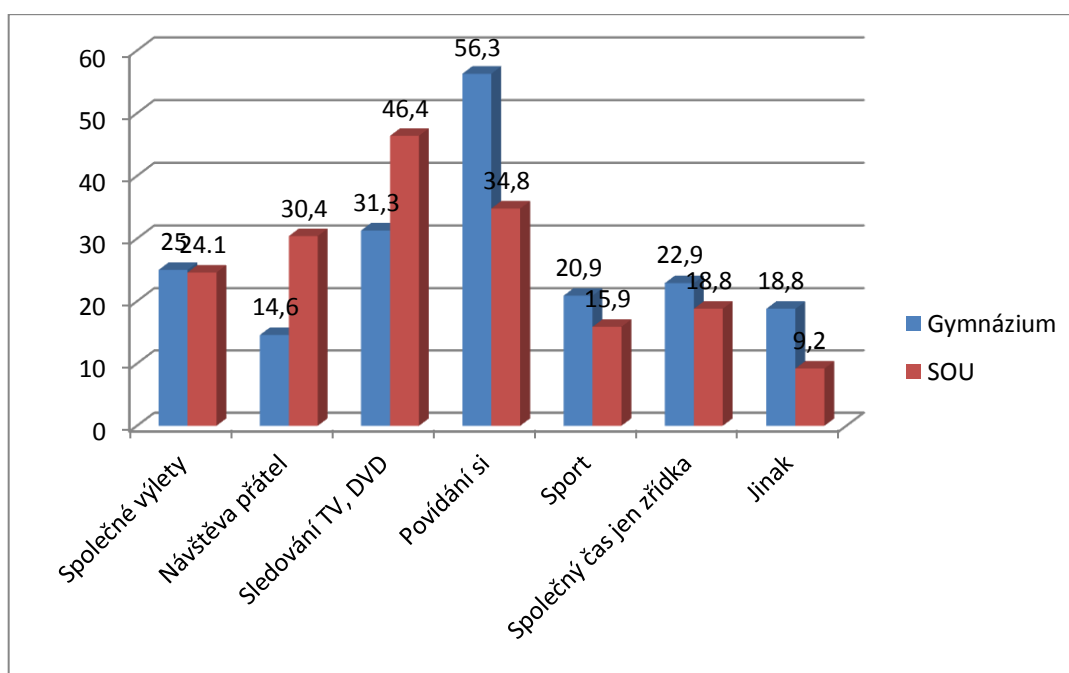
- **Položka č. 16** – táže se respondentů na čas, který věnují četbě knih, novin a časopisů



Graf č. 10 - četba

Jedná se o předpokládaný výsledek, studenti gymnázia jsou charakterem studia a zcela určitě i rodinou k četbě více vedeni; byť cca 10% gymnazistů přiznává, že nečte vůbec. U učňů je procento „nečtenářů“ pochopitelně vyšší, ale i zde se objevily odpovědi, které udávají 10 a více hodin četby týdně.

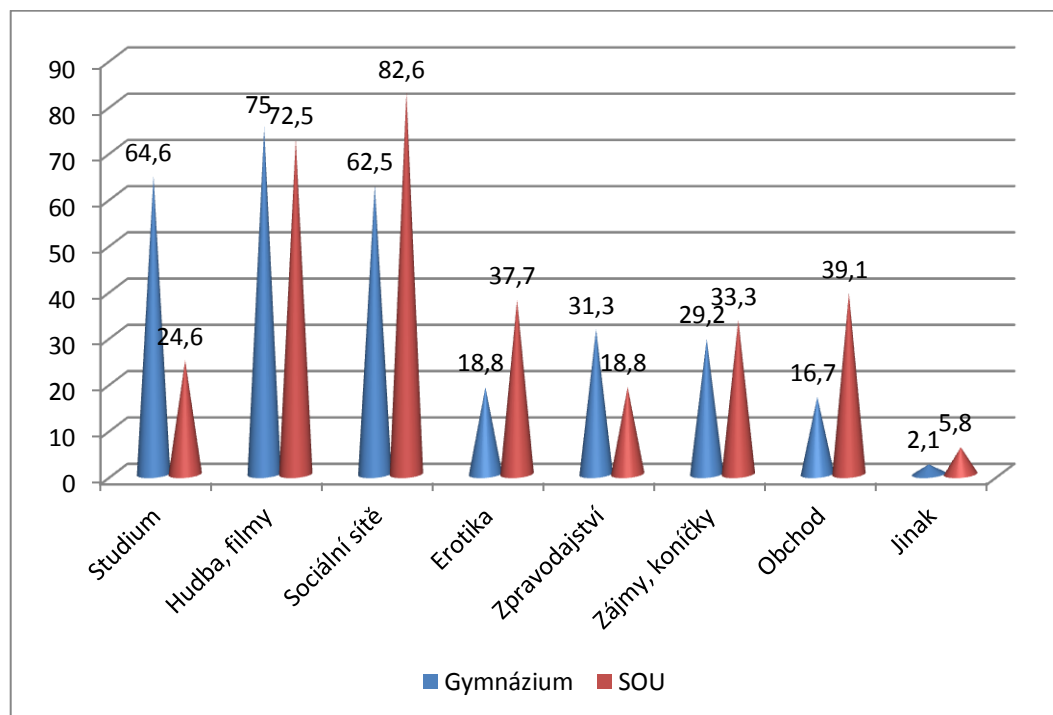
- **Položka č. 17** – zjišťuje, jakým způsobem tráví rodina společný volný čas



Graf č. 11 – společný volný čas (v procentech)

Ze získaných dat vyplývá, že nejoblíbenější společnou činností v rodinách gymnazistů je společné povídání si, rodiny učňů se nejčastěji setkávají u televize, či filmů z DVD. Trochu vyšší procento gymnazistů se domnívá, že rodina spolu tráví málo volného času. V položce jinak byly zajímavé rozdíly ve volbě aktivit. U gymnazistů se vyskytovaly odpovědi jako nákupy či procházky, u učňů jednoznačně dominovala práce na zahradě nebo kolem domu.

• **Položka č. 18** – zjišťuje, k jakým účelům nejčastěji respondenti využívají internet

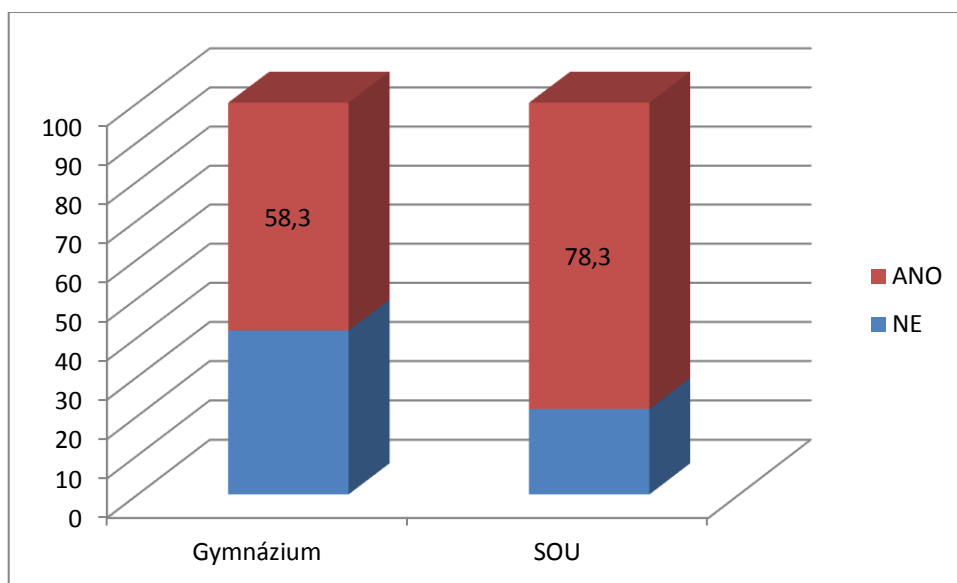


Graf č. 12 – využití internetu

Předpokládaný rozdíl je v tom, k jakým účelům respondenti z obou škol internet využívají. Propastný rozdíl je pochopitelně u položky studium. Studium na gymnáziu je pochopitelně náročnější a od žáků si žádá více samostatné práce a nutnost vyhledávání informací. Oblíbenými aktivitami je stahování hudby a filmů a samozřejmě sociální sítě. U položky erotika dochází k jistému zkreslení, neboť na gymnáziu byla většina respondentů dívek, na učilišti naopak chlapců. Sledování erotiky uváděli ve všech

případech pouze chlapci. Zajímavý údaj je u položky obchod. Více než dvojnásobné procentuální množství učňů oproti gymnazistům využívá služeb internetových obchodů. Je to pravděpodobně způsobeno tím, že nejsou závislí jen na kapesném od rodičů, ale v rámci praktické výuky si při zakázkách vydělávají peníze a sami si s nimi hospodaří. U položky jiné byly vždy uvedeny hry.

- **Položka č. 19** – ptá se respondentů, zda se s někým přes internet seznámili



Graf č. 13 – seznámení přes internet (v procentech)

Z výsledků vyplývá, že výrazně větší část žáků středního odborného učiliště se seznamuje s lidmi přes internet. Je to možná způsobeno tím, že internetu věnují více času a do jisté míry jsou více důvěřiví; a neuvědomují si dostatečně veškerá rizika, která z toho mohou plynout.

- **Položka č. 20** - závěrečná položka je položkou otevřenou. Respondenti zde uvádějí jaké výhody a nevýhody spatřují ve využívání internetu. U výhod se s prakticky stejnou frekvencí u obou typů škol objevují: snadná dostupnost informací, snadná komunikace, rychlost, hudba, filmy, hry.

U nevýhod lze spatřovat určitý rozdíl. Gymnazisté uvádějí mezi nevýhody především kyberšikanu, zneužití informací, nepravdivost, vznik závislostí, viry. Učni si v drtivé většině uvědomují vtíravost reklamy, šíření virů, útoky hackerů, zhoršení mezilidských vztahů.

4.7.2 Ověření platnosti reálných hypotéz

Hypotéza H1 : V důsledku společenských změn a rozvoje digitálních technologií narostl čas, který mládež tráví s masovými médii.

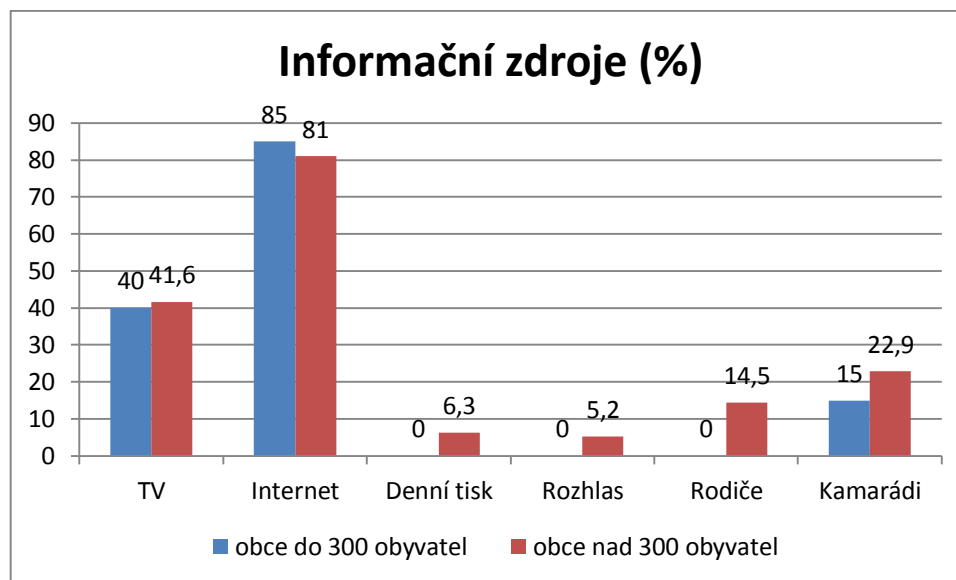
K ověření platnosti této hypotézy byly určeny v dotazníku položky č. 9, 14 a 17. Dle položky č. 9 je zřejmé, že doba, kterou mládež tráví s médii dále narůstá. Pokud dřívější výzkumy hovořili o cca 5 hodinách denně (Sak, 2007) a později 5,5 hodinách (Vašutová et. al. 2013), z odpovědí vybraných respondentů vychází průměrný denní čas s médii na přibližně 6,5 hodiny, přičemž průměr „zvedají“ především odpovědi žáků středního odborného učiliště (viz. Graf č. 8). U položky jsou u respondentů sledovány preference volnočasových aktivit. Je zřejmé, že čas strávený u počítače je velmi oblíbenou činností, avšak je velmi sympatické, že obě skupiny jí nemají za úplně nejoblíbenější. Respondenti z obou typů škol si váží více času stráveného s kamarády a učni překvapivě na první místo staví čas strávený s rodinou (viz. Tab. č. 4 a 5). Jinak je z výsledků zřejmé, že elektronická média jsou u respondentů vyhledávanější než četba nebo domácí práce. Položka č. 17 sleduje, jakým způsobem tráví rodiny respondentů nejčastěji volný čas. Sledování televize či DVD je činností, při které se setkávají nejčastěji rodiny učňů, v rodinách gymnazistů je potom nejoblíbenější společné povídání si. Celkově je sledování TV/DVD velmi oblíbenou společnou rodinnou aktivitou.

Především díky masivnímu rozšíření nejnovějších digitálních technologií (mobilní telefon, internet), dále narůstá čas, který mládež médiím věnuje a proto je možno konstatovat, že **hypotéza se potvrdila.**

Hypotéza H2: U žáků z menších obcí, oproti vrstevníkům z obcí větších, budou hrát elektronická média menší roli.

K ověření platnosti této hypotézy byly určeny položky č. 10, 11, 12, 18, 20 a pro kontrolu celkového času také položka č. 9. Na základě údajů u položky č. 2 bylo vybráno celkem 30 dotazníků, které vyplňovali respondenti, kteří žijí v obcích do 300 obyvatel. Z těchto 30 respondentů bylo 12 studentů gymnázia a 18 žáků středního odborného učiliště. Z celkového vzorku respondentů tato skupina činila 25,6 %. Položka 10, která zjišťovala možnost přístupu na internet v rodině, měla ve 100% případů odpověď ANO. Položka č. 11, která zjišťovala způsob získávání informací o světovém

dění ukazuje na podobné využití TV a internetu; zajímavostí je, že ani jeden z respondentů této skupiny nevyužívá k získávání informací denní tisk, rozhlas a informace od rodičů (viz. graf níže).



Graf č. 14 – porovnání informačních zdrojů

U položky č. 12, která se ptala, jaký druh médií by respondentům nejvíce chyběl, byl výsledek prakticky totožný s odpověďmi žáků středního odborného učiliště (viz tabulka). Nejdůležitější je pro respondenty z menších obcí internet a nejméně důležité jsou knihy.

Internet	1,6
Mobilní telefon	1,65
Televize	2,85
Noviny	4,1
Rozhlas	4,7
Knihy	4,7

Tab. 8

Výsledky položky č. 18, která sleduje způsob využívání internetu, v podstatě kopírují výsledky žáků středního odborného učiliště. Podstatný je jen rozdíl u položky sociální sítě, které respondenti z menších obcí v 90 % případů označili za oblíbenou aktivitu. U respondentů z větších obcí toto procento činí přibližně 74 %.

U položky číslo 20 nebyly shledány významnější rozdíly v uvědomování si výhod a nevýhod využívání internetu.

Celkový průměrný denní čas strávený s médii činí u skupiny respondentů z menších obcí 7,85 hodiny, což je oproti celkovému průměru všech respondentů hodnota o téměř 1,5 hodiny vyšší. Elektronická média jsou u této skupiny spíše více oblíbená než u respondentů z obcí větších a proto je třeba konstatovat, že **hypotéza se nepotvrdila**.

Hypotéza H3: Žáci středního odborného učiliště tráví, oproti studentům gymnázia, více času s internetem a méně se věnují četbě.

Jak vyplývá již z ověření první hypotézy, žáci středního odborného učiliště věnují masovým médiím obecně více času. Celkově mají podobně oblíbený internet a mobilní telefon (viz tabulky 6 a 7). V rodinách je u žáků učiliště nejoblíbenějším médiem televize. Oblíbenou aktivitou na internetu je u učňů především angažování se na sociálních sítích, kde vykazují větší pestrost ve výběru těchto sítí. Využívání internetu ke studiu je u žáků učiliště podstatně nižší a čas strávený četbou je zde více než 2x nižší (viz. Graf č. 10). Celkově je možno konstatovat, že studenti gymnázia tráví s elektronickými médii méně času a s ohledem na své studium je využívají smysluplněji a větší čas věnují četbě; proto je možno konstatovat, že **hypotéza se potvrdila**.

4.7.3 Shrnutí poznatků z rozhovoru

Na předem domluvené setkání dorazili, ze šesti možných členů, členové čtyři. Jednalo se o skupinu tří chlapců a jedné dívky. Rozhovor probíhal v přátelské atmosféře a zúčastnění respondenti byli sdílní, téma masových médií je celkem zaujalo. Jeden z nich navštěvuje ještě základní školu, jeden navštěvuje učební obor a dva navštěvují maturitní obor. Všichni respondenti žijí v úplné rodině, pouze jeden přiznává, že jeho rodina je úplná jen formálně. Otec žije odděleně a s dětmi se stýká pouze sporadicky. Vzdělání rodičů je maximálně na úrovni středoškolského s maturitou, ve dvou případech se jedná pouze o vzdělání základní. Avšak přístup rodin ke vzdělání je v zásadě kladný a

respondenti jsou motivováni ke studiu a uvědomují si nezbytnost kvalitního vzdělání. Zaměstnání rodičů je celkově na úrovni zaměstnanců, nevykonávají žádné řídicí funkce, jeden z rodičů je živnostníkem. Vztah rodin k volnočasovým aktivitám je velmi kladný a až na výjimku respondenta, jehož otec žije odděleně, mají pocit, že rodiny společně tráví dostatek volného času a dominuje zde aktivní společná činnost – práce na zahradě, sport, společné koníčky. Příliš oblíbené nejsou výlety či návštěvy kulturních akcí.

Na otázku, kolik času věnují celkově denně médiím, udávají respondenti údaj v rozmezí 6-15 hodin, což činí průměrně cca 9 hodin. V porovnání s údajem, které uváděli respondenti při dotazníkovém šetření na gymnáziu, se jedná o hodnotu o 3,5 hodiny vyšší. Nejvyšší hodnotu (15 hodin) udává respondent, jehož rodina nežije trvale společně. Všichni respondenti bez výjimky vlastní chytrý mobilní telefon a téměř nepřetržitě jsou připojeni k internetové síti. Všichni respondenti se aktivně účastní dění na sociálních sítích, všichni mají profil na facebooku a profil má i Sbor dobrovolných hasičů, jehož prostřednictvím spolu členové poměrně často komunikují. Internet využívají především pro komunikaci prostřednictvím sociálních sítí, k poslechu a stahování oblíbené hudby a k vyhledávání zájmových informací a chlapani přiznávají i občasné navštěvování erotických stránek. Informace o dění ve světě získávají především prostřednictvím internetu, méně pak prostřednictvím televize. Televizi celkově tolik nesledují, občas seriály, sport a výjimečně zpravodajství. U rodičů dle respondentů televize mezi masovými médii dominuje. Respondenti uvádějí, že z médií by jim nejvíce chyběl mobilní telefon a přístup na internet.

Mezi respondenty není příliš oblíbená četba. Pouze dva respondenti studující maturitní obor udávají, že četbě věnují v průměru 2-3 hodiny týdně. Zbylí dva respondenti přiznávají, že mimo poznámek ve školních sešitech, nečtou vůbec. Na otázku jestli si raději přečtou nějaký známý román nebo zhlédnou jeho filmové zpracování, bez zaváhání volí druhou možnost. Ani jeden z respondentů nečte ani občas denní tisk.

Nejoblíbenější volnočasovou aktivitou je u všech respondentů sport a činnost v zájmovém kroužku. Rádi se setkávají s ostatními při tréninku a na soutěžích v požárním sportu.

Mezi výhody využívání internetu zařazují respondenti rychlost a snadnost při získávání informací, snadnost spojení s přáteli a využití pro studium i zábavu. Respondenti si uvědomují i některá možná rizika, jako deformace sociálních vztahů, nebezpečí vzniku závislostí, „degeneraci“ společnosti, možnost zneužití informací.

Možná si ne příliš dostatečně uvědomují i obtížnou ověřitelnost věrohodnosti získávaných informací, vtíravost reklamy a možnost manipulace.

Celkově je možno konstatovat, že se jedná o skupinu lidí, kteří mají mimo masová média i jiné zájmy a jsou silně motivováni k výkonu činností v zájmovém kroužku, zajímají se o techniku Hasičských záchranných sborů a uvědomují si význam činnosti své zájmové skupiny (Sboru) pro bezpečnost a společenské dění ve městě. Uvědomují si důležitost sociálních kontaktů a jejich nadřazenost digitálním technologiím, avšak určitě nejsou uchráněni jejich negativním vlivům.

4.8 Dílčí závěry empirického šetření

Na základě provedeného empirického šetření je možno konstatovat, že uvedený vzorek respondentů dokazuje, jak oblíbená jsou elektronická média mezi mladou generací v současné době. Výsledky ukazují na stále slábnoucí vliv denního tisku a rozhlasu a také televize. Tento stav lze přičítat především masívnímu rozmachu sociálních sítí v posledních letech, které dávají využití internetu zcela novou dimenzi. Jsou velmi oblíbené a mezi respondenty se nenajde jediný, který by na nich neměl svůj profil. Otázkou zůstává, co udělají dále sociální sítě se skutečnými sociálními vztahy.

Ve způsobu využívání médií lze mezi žáky středního odborného učiliště a studenty gymnázia zcela jistě vnímat určité rozdíly. Je dáno nepochybně charakterem studia a počtem hodin strávených v teoretické výuce, že po studentech gymnázia je požadována větší aktivita a z hlediska cílů výuky i větší samostatnost při studiu. Tudíž není překvapením, že internet oproti učňům využívají více k vyhledávání informací potřebných pro studium a o dost větší čas týdně věnují četbě; tím se potvrzuje ústřední hypotéza. Větší podíl času stráveného s médii u učňů je možné přičítat tomu, že v týdnech praktické výuky mají více volného času a nemusí se téměř připravovat na výuku. Zajímavým zjištěním je, že o dost více žáků SOU oproti gymnazistům, se neváhá seznamovat přes internet, i když si uvědomují možná rizika. O dost více času s médii tráví respondenti z neúplných rodin a také se více přes internet seznamují. Obě školy mají mediální výuku zahrnutou jako profilové téma v předmětech Občanská nauka, resp. Základy společenských věd., takže je zřejmé, že jsou s problematikou masových médií v základních rysech seznámeni. U obou skupin je možné se domnívat,

že nejsou dostatečně seznámeni s možností manipulace ze strany médií, což je vzhledem k omezené časové dotaci tématu ve výuce obtížně realizovatelné.

Jediná hypotéza, která se nepotvrdila, hovořila o tom, že pro respondenty z menších obcí budou hrát média menší roli oproti vrstevníkům z obcí větších. Tato hypotéza kalkulovala s tím, že život v menších obcích od dětí vyžaduje větší zapojení se do prací v domácnosti. Do jisté míry je to zřejmě fakt ale na druhou stranu je třeba si uvědomovat, že život na menších vsích nenabízí téměř žádné podmínky pro trávení volného času v zájmových útvarech a do určité míry je omezen i kontakt s vrstevníky; ten zřejmě svým způsobem nahrazují sociální sítě. Jistou roli v tom, proč žáci z menších obcí tráví spoustu času na sociálních sítích, hraje i fakt, že se jedná v poslední době o módní záležitost a tito žáci se svým vrstevníkům z větších měst snaží v tomto ohledu vyrovnat.

V rozhovoru se skupinou mladých lidí zapojených do dění v jednotce Sboru dobrovolných hasičů, bylo cílem zjistit, zda existují u této skupiny nějaké rozdíly ve vnímání a využívání médií oproti výsledkům realizovaného dotazníkového šetření. Na základě poznatků z rozhovoru je možno konstatovat, že základní rozdíl lze spatřovat v dominanci zájmové aktivity ve spektru volnočasových aktivit. Respondenti jsou hasičské myšlence oddáni a do jisté míry ji chápou jako poslání. Jinak je možné způsob využívání masových médií připodobnit spíše k výsledkům respondentů ze středního odborného učiliště. Podstatnou část komunikace na sociálních sítích však tvoří vzájemná komunikace mezi členy sboru.

Závěr

Bakalářská práce se zabývala vztahem mládeže k masovým médiím. Analýzou odborné literatury bylo zjištěno, jak rozsáhlý a silný vliv na současnou mládež mají média, především pak ta nejnovější elektronická. Jisté omezení má dostupná literatura v oblasti sociálních sítí, neboť se jedná o fenomén posledních let a problematika ještě nebyla dostatečně zpracována.

Cíl práce byl splněn. Z výsledků dotazníkového šetření rezultovalo potvrzení ústřední hypotézy.

Ze tří reálných hypotéz se jedna nepotvrdila. Součástí empirického šetření byl i rozhovor, jehož výsledky byly konfrontovány s výstupy dotazníkového šetření. Účastníky rozhovoru byli členové sboru dobrovolných hasičů ve stejné věkové skupině a závěry z rozhovoru lze, co se týče přístupu k médiím, přirovnat spíše ke skupině žáků středního odborného učiliště. Určitý rozdíl je ve využívání volného času.

Obecně lze konstatovat, že cíle empirického šetření byly naplněny. Bylo zjištěno, že zde existují určité rozdíly ve využívání masových médií mezi žáky odborného učiliště a studenty gymnázia. Velký vliv na způsob trávení volného času má samozřejmě i rodinné zázemí a způsob, jakým rodina tráví společný volný čas. Abychom získali větší přehled o proměnách mládeže a jejich přístupu k médiím, bylo by nepochybně třeba podstatně rozšířit výzkum a doplnit ho i o komplexní rozhovory s déle působícími pedagogy, což by ovšem bylo nad rámec možností této práce. Zajímavé by jistě bylo výzkum rozšířit i o žáky základních škol a zkoumat jejich přístup k sociálním sítím, neboť tato aktivita se i mezi školní mládeží stala velice populární.

Závěrem lze konstatovat, že dle předpokladů je zřejmé, že stále narůstá čas, který mládež médiím věnuje, což pro ni znamená stále větší zátěž a rozšíření vlivu médií. Nejen odborníci si uvědomují, jaká úskalí tato skutečnost přináší a je sympatické, že školský systém reaguje zařazováním mediální výchovy mezi témata předmětu Občanské výchovy na středních školách. Je zapotřebí, aby s nebezpečími, která v sobě mohou média skrývat, byli seznamováni už žáci na základních školách a určitě by bylo vhodné obsah mediální výchovy prohloubit o to, jakým způsobem u mládeže rozvíjet rozhodovací procesy při získávání informací z masových médií. Pozadu nesmí zůstat ani rodina, která musí vést děti ke smysluplnému využívání volného času v zájmu dosažení komplexního rozvoje osobnosti.

Seznam použité literatury

BAUMAN, Zygmunt. *Tekutá modernost*. 1. vyd. Praha: Mladá fronta, 2002. 343 s. Myšlenky; sv. 10. ISBN 80-204-0966-1.

BEDNÁRIK, Rastislav, ed., JEŘÁBEK, Hynek, ed. a SMÉKALOVÁ, Lucie, ed. *Aktuální otázky české a slovenské společnosti: sborník k 45. výročí založení Československé sociologické společnosti. I, Sociologie vybraných oblastí*. 1. vyd. Brno: Tribun EU, 2010. 381 s. ISBN 978-80-7399-963-6.

BĚLOHRADSKÝ, Václav. *Kapitalismus a občanské ctnosti*. Vyd. 1. Praha: Československý spisovatel, 1992. 142 s. ISBN 80-202-0368-0.

BRIERLEY, John Keith. *7 prvních let života rozhoduje*. 2. vyd. Praha: Portál, 2000. 111 s. Rádcí pro rodiče a vychovatele. ISBN 80-7178-484-2.

BUERMANN, Uwe. *Jak (pře)žít s médii: příležitosti a hrozby informačního věku a nové úkoly pedagogiky: výzkumná práce Institutu pro pedagogiku a smyslovou a mediální ekologii (IPSUM)*. Vyd. 1. Hranice: Fabula, 2009. 239 s. ISBN 978-80-86600-58-1.

COLEMAN, James. *The Adolescent Society: the Social Life of the Teenager and its Impact on Education*. 2nd print. New York: Free Press of Glencoe, 1961. xvi, 368 s.

DOROTÍKOVÁ, Soňa. *Filosofie hodnot: problémy lidské existence, poznání a hodnocení*. Praha: Univerzita Karlova, Pedagogická fakulta, 1998. 162 s. ISBN 80-86039-79-X.

FARKAS, Viktor. *Válka médií: mýtus informační společnosti*. Vyd. 1. Praha: Knižní klub, 2012. 294 s. Záhady. ISBN 978-80-242-3254-6.

GAVORA, Peter. *Úvod do pedagogického výzkumu*. Brno: Paido, 2000. 207 s. ISBN 80-85931-79-6.

GILES, David. *Psychologie médií*. Vyd. 1. Praha: Grada, 2012. 185 s. Z pohledu psychologie. ISBN 978-80-247-3921-2.

GJURIČOVÁ, Adéla, ed. a KOPEČEK, Michal, ed. *Kapitoly z dějin české demokracie po roce 1989*. Vyd. 1. Praha: Paseka, 2008. 320 s. ISBN 978-80-7185-876-8.

HOFBAUER, Břetislav. *Děti, mládež a volný čas*. Vyd. 1. Praha: Portál, 2004. 173 s. ISBN 80-7178-927-5.

JIRÁK, Jan a KÖPPOVÁ, Barbara. *Masová média*. Vyd. 1. Praha: Portál, 2009. 413 s. ISBN 978-80-7367-466-3.

KELLER, Jan. *Teorie modernizace*. Vyd. 1. Praha: Sociologické nakladatelství, 2007. 194 s. Studie; sv. 46. ISBN 978-80-86429-66-3.

KOŤA, Jaroslav, ed., LIPERTOVIÁ, Pavla, ed. a DOROTÍKOVÁ, Soňa, ed. *Filosofie - výchova - hodnoty: sborník k významnému životnímu jubileu prof. PhDr. Jaroslavy Peškové, CSc.* Praha: Univerzita Karlova, Pedagogická fakulta, 1999. 114 s. Studia paedagogica, 25. ISBN 80-86039-88-9.

KRAUS, Blahoslav a kol. *Sociální patologie*. Vyd. 2. Hradec Králové: Gaudeamus, 2010. 325 s. ISBN 978-80-7435-080-1.

KRAUS, Blahoslav et al. *Středoškolská mládež a její svět na přelomu století*. Brno: Paido, 2006. 156 s. ISBN 80-7315-125-1.

KRAUS, Blahoslav et al. *Člověk - prostředí - výchova: k otázkám sociální pedagogiky*. Brno: Paido, 2001. 199 s. ISBN 80-7315-004-2

L'ETANG, Jacquie. *Public relations: základní teorie, praxe, kritické přístupy*. Vyd. 1. Praha: Portál, 2009.

LISSMANN, Konrad Paul. *Teorie nevzdělanosti: omyly společnosti vědění*. Vyd. 1. Praha: Academia, 2008. 125 s. XXI. století; sv. 4. ISBN 978-80-200-1677-5.

LUKEŠ, František. *Byl jsem nablízku*. Vyd. 4., V KNA 1. Kostelní Vydří: Karmelitánské nakladatelství, 2013. 92 s. ISBN 978-80-7195-665-5.

MARTÍNEK, Zdeněk. *Agresivita a kriminalita školní mládeže*. Vyd. 1. Praha: Grada, 2009. 152 s. Pedagogika. ISBN 978-80-247-2310-5.

MATĚJŮ, Petr a VEČERNÍK, Jiří, ed. *Zpráva o vývoji české společnosti 1989-1998*. Vyd. 1. Praha: Academia, 1998. 364 s. ISBN 80-200-0765-2.

MCCOMBS, Maxwell E. *Agenda setting: nastolování agendy: masová média a veřejné mínění*. Vyd. 1. Praha: Portál, 2009. 251 s. ISBN 978-80-7367-591-2.

MCQUAIL, Denis. *Úvod do teorie masové komunikace*. Vyd. 3. Praha: Portál, 2007. 447 s. ISBN 978-80-7367-338-3.

MEYROWITZ, Joshua. *Všude a nikde: vliv elektronických médií na sociální chování*. 1. české vyd. Praha: Karolinum, 2006. 341 s. Mediální studia. ISBN 80-246-0905-3.

MEZŘICKÝ, Václav, ed. *Perspektivy globalizace*. Vyd. 1. Praha: Portál, 2011. 226 s. ISBN 978-80-7367-846-3.

MLČOCH, Lubomír, SOJKA, Milan a MACHONIN, Pavel. *Ekonomické a společenské změny v české společnosti po roce 1989: (alternativní pohled)*. Vyd. 1. Praha: Karolinum, 2000. 273 s. ISBN 80-246-0119-2.

MOŽNÝ, Ivo. *Česká společnost: nejdůležitější fakta o kvalitě našeho života*. Vyd. 1. Praha: Portál, 2002. 208 s. ISBN 80-7178-624-1.

MOŽNÝ, Ivo. *Sociologie rodiny*. Vyd. 2., upr. Praha: Sociologické nakladatelství, 2002. 250 s. *Základy sociologie*; sv. 8. ISBN 80-86429-05-9.

MUSIL, Josef. *Elektronická média v informační společnosti*. Praha: Votobia, 2003. 261 s. Institut mediální komunikace. ISBN 80-7220-157-3.

PETRUSEK, Miloslav a BALON, Jan. *Společnost naší doby: populární sociologie (ne)populárních problémů*. Vyd. 1. Praha: Academia, 2011. 155 s. *Průhledy*; sv. 10. ISBN 978-80-200-1965-3.

POSPÍŠIL, Jan a ZÁVODNÁ, Lucie Sára. *Mediální výchova*. Vyd. 1. Kralice na Hané: Computer Media, 2009-2010. 4 sv. ISBN 978-80-7402-022-3.

PŘÍHODA, Václav. *Ontogeneze lidské psychiky: učebnice pro vys. školy. 1. [díl], Vývoj člověka do patnácti let. 4., nezm. vyd.* Praha: SPN, 1977. 414, [1] s. *Učebnice vys. škol*.

SAK, Petr a kol. *Člověk a vzdělání v informační společnosti*. Vyd. 1. Praha: Portál, 2007. 290 s. ISBN 978-80-7367-230-0.

SAK, Petr a KOLESÁROVÁ, Karolína. *Mládež na křižovatce: sociologická analýza postavení mládeže ve společnosti a její úlohy v procesech evropeizace a informatizace*. Vyd. 1. Praha: Svoboda Servis, 2004. 240 s. ISBN 80-86320-33-2.

SEMRÁD, Jiří a ŠKRABAL, Milan. *Pozdní modernita a vysokoškolské vzdělávání*. In. *Pedagogica actualis*, VI/2014. Trnava: Univerzita sv. Cyrila a Metoda, 2014. ISBN 987-80-8105-552-2.

SKALKOVÁ, Jarmila. *Humanizace vzdělávání a výchovy jako soudobý pedagogický problém*. Vyd. 1. [Ústí nad Labem]: Univerzita Jana Evangelisty Purkyně, Ústav pro studium romské kultury, 1993. 141 s. ISBN 80-7044-063-5.

SKALKOVÁ, Jarmila. *Obecná didaktika: vyučovací proces, učivo a jeho výběr, metody, organizační formy vyučování. 2., rozš. a aktualiz. vyd., [V nakl. Grada] vyd. 1.* Praha: Grada, 2007. 322 s. *Pedagogika*. ISBN 978-80-247-1821-7.

SKALKOVÁ, Jarmila. *Pedagogika a výzvy nové doby*. Brno: Paido, 2004. 158 s. ISBN 80-7315-060-3338 s. ISBN 978-80-7367-596-7.

SPOUSTA, Vladimír et al. *Kapitoly z pedagogiky volného času. 1. vyd.* Brno: Masarykova univerzita, 1996. 37 s., [3] s. ISBN 80-210-1274-9.

STROUHAL, Martin. *Teorie výchovy: k vybraným problémům a perspektivám jedné pedagogické disciplíny*. Vyd. 1. Praha: Grada, 2013. 192 s. *Pedagogika*. ISBN 978-80-247-4212-0.

ŠMÍD, Milan. *Média, internet, TV Nova a já*. Vyd. 1. Praha: ISV, 2000. 231 s. Média. ISBN 80-85866-69-2.

TAXOVÁ, Jiřina. *Pedagogicko-psychologické zvláštnosti dospívání*. 1. vyd. Praha: Státní pedagogické nakladatelství, 1987. 273 s. Knižnice psychologické literatury.

URBAN, Hal. *To nejdůležitější v životě*. Vyd. 2. Praha: Portál, 2007. 147 s. ISBN 978-80-7367-344-4.

URBAN, Lukáš, DUBSKÝ, Josef a MURDZA, Karol. *Masová komunikace a veřejné mínění*. Vyd. 1. Praha: Grada, 2011. 230 s. Žurnalistika a komunikace. ISBN 978-80-247-3563-4.

VAŠUTOVÁ, Maria a kol. *Mezi dětstvím a dospělostí: vybrané kapitoly z psychologie adolescence*. Vyd. 1. Ostrava: Filozofická fakulta Ostravské univerzity v Ostravě, 2013. 137 s. ISBN 978-80-7464-125-1.

Seznam příloh:

Příloha č. 1 – Dotazník pro žáky gymnázia a středního odborného učiliště.....1

DOTAZNÍK

Vážení přátelé,

rád bych Vás tímto požádal o spolupráci na mé bakalářské práci. Bakalářská práce se zabývá vlivem masových médií na mládež, má teoreticko-empirickou povahu a empirické šetření je realizováno prostřednictvím dotazníku, který právě držíte v rukou. Úkolem empirického šetření je zjistit Vaše postoje k masovým médiím. Dotazník je zcela anonymní a získaná data budou využita výhradně pro účely mé bakalářské práce. Vyplnění dotazníku není časově náročné, mělo by zabrat cca 20 minut.

Jak dotazník vyplnit? Tam, kde jsou před odpověďmi čtverečky , označte prosím jednu či více Vámi zvolených odpovědí křížkem ve čtverečku, popř. doplňte krátkým textem. U odpovědí, kde je nabízena škála 1-5 zakroužkujte zvolenou hodnotu, případně postupujte dle instrukcí u otázky.

Děkuji Vám za spolupráci

Aleš Vacek, student 3. ročníku UPV, MÚVS ČVUT

1. **Dotazník vyplňuje** dívka chlapec
2. **Kolik obyvatel má obec ve které bydlíte?** do 300 do 1000 do 5 000
 do 10 000 více než 10 000
3. **Jaký typ střední školy navštěvujete?** SOU gymnázium
4. **Žijete v úplné rodině?** ANO NE
5. **Nejvyšší dosažené vzdělání otce** základní střední bez maturity
 střední s maturitou vyšší odborné vysokoškolské
6. **Nejvyšší dosažené vzdělání matky** základní střední bez maturity
 střední s maturitou vyšší odborné vysokoškolské
7. **Zaměstnání otce** dělník státní zaměstnanec podnikatel jiné
8. **Zaměstnání matky** dělník státní zaměstnanec podnikatel jiné

15. Jaká elektronická média jsou ve Vaší rodině nejoblíbenější a nejvyužívanější?
(zakroužkujte Vámi vybranou hodnotu na škále 1 – 5, 1 – nevíce oblíbené, 5 – neoblíbené)

Televize	1	2	3	4	5
Rozhlas	1	2	3	4	5
DVD, domácí kino	1	2	3	4	5
Mobilní telefon	1	2	3	4	5
Internet	1	2	3	4	5

16. Kolik času týdně věnujete četbě knih, novin a časopisů? *(vepište číslo představující časový údaj zaokrouhlený na celé hodiny)*
 ----- hodin

17. Jakým způsobem tráví rodina, v níž žijete, nejčastěji společný volný čas?

- společné výlety*
 návštěva přátel
 sledování TV/ DVD
 povídání si
 sport
 společně trávíme volný čas jen zřídka
 jinak (dopíšte).....

18. Pokud využíváte internet, k jakým účelům nejčastěji

- studium*
 hudba, filmy
 sociální sítě
 erotika
 zpravodajství
 zájmové informace, koníčky
 obchod
 jiné (dopíšte).....

19. Seznámili jste se někdy s někým přes internet?

- ANO
 NE

20. Napište stručně, jaké jsou dle Vašeho názoru 3 největší výhody a 3 největší nevýhody (nebezpečí) při využívání internetu.

Výhody

1.....

2.....

3.....

Nevýhody

1.....

2.....

3.....