

UNIVERZITA JANA AMOSE KOMENSKÉHO PRAHA

BAKALÁŘSKÉ KOMBINOVANÉ/PREZENČNÍ STUDIUM

2020-2023

BAKALÁŘSKÁ PRÁCE

Ondřej Frankovic

Negativní vliv nových médií na mládež

Praha 2023

Vedoucí bakalářské práce:

PhDr. Alois Daněk, Ph.D.

JAN AMOS KOMENSKY UNIVERSITY PRAGUE

BACHELOR COMBINED (PART TIME) STUDIES

20120-2023

BACHELOR THESIS

Ondřej Frankovic

Negative influence of new media on youth

Prague 2023

The Bachelor Thesis Work Supervisor:

PhDr. Alois Daněk, Ph.D.

Prohlášení

Prohlašuji, že předložená bakalářská práce je mým původním autorským dílem, které jsem vypracoval samostatně. Veškerou literaturu a další zdroje, z nichž jsem při zpracování čerpal, v práci řádně cituji a jsou uvedeny v seznamu použitých zdrojů.

Souhlasím s prezenčním zpřístupněním své práce v univerzitní knihovně.

V Praze dne

Jméno autora: Ondřej Frankovic

Poděkování

Děkuji vedoucímu své bakalářské práce PhDr. Aloisovi Daňkovi, Ph.D. za trpělivé vedení a cenné rady.

Anotace

Cílem této bakalářské práce je, seznámit s pojmy a negativními vlivy prostředí nových médií na mládež. Dále charakterizovat problematiku vlivu tohoto konkrétního prostředí. Teoretická část bakalářské práce se bude zabývat konkretizací terminologie a bude východiskem pro formulaci části výzkumné. Výzkumná část si kladla za cíl rozbor příčin vycházejících z kvantitativního výzkumu a uvést doporučení pro praxi.

Klíčová slova

Internet, kyberšikana, mládež, netolismus, nevhodný mediální obsah, nová média, prostředí.

Annotation

The aim of this bachelor's thesis is to familiarize with the concepts and negative effects of the new media environment on youth. Furthermore, to characterize the issue of the influence of this particular environment. The theoretical part of the bachelor thesis will deal with the concretization of terminology and will be the starting point for the formulation of the research part. The goal of the research part was to analyze the causes based on the quantitative research and to state recommendations for practice.

Keywords

Cyberbullying, environment, inappropriate media content, internet, netolism, new media, youth.

OBSAH

ÚVOD.....	9
TEORETICKÁ ČÁST.....	10
1 VYMEZENÍ ZÁKLADNÍCH POJMŮ	10
1.1 Norma, normalita a sociálně patologické jevy.....	10
1.2 Socializace	12
1.3 Mládež	12
1.4 Média	12
2 FAKTORY UTVÁŘEJÍCÍ OSOBNOST JEDINCE	14
2.1 Vnitřní faktory	14
2.2 Vnější faktory	14
2.2.1 Rodina.....	15
2.2.2 Vrstevnická skupina.....	15
2.2.3 Škola	16
2.2.4 Kultura	17
2.2.5 Média	17
2.2.6 Příroda.....	17
3 MÉDIA	19
3.1 Masová média	19
3.2 Stará média	20
3.3 Nová média	20
3.3.1 Internet	21
3.3.2 Sociální sítě.....	21
3.3.3 Digitální hry	24
3.4 Mediální výchova	24
4 NOVÁ MÉDIA JAKO ZDOJ SOCIÁLNĚ PATOLOGICKÝCH JEVŮ.....	25
4.1 Netholismus	25
4.1.1 Charakteristika	25
4.1.2 Negativní vliv	26
4.2 Kyberšikana	28
4.2.1 Charakteristika	28

4.2.2	Negativní vliv	30
4.3	Vystavování se nevhodnému obsahu	32
4.3.1	Charakteristika a negativní vliv sexuálně explicitního obsah.....	33
4.3.2	Charakteristika a negativní vliv násilného obsahu	35
4.3.3	Charakteristika a negativní vliv monetizace online zábavného obsahu	36
	PRAKTICKÁ ČÁST	39
	5 VÝZKUMNÉ ŠETŘENÍ	39
5.1	Cíle práce a hypotézy	39
5.2	Metody výzkumného šetření	40
5.3	Výsledky výzkumného šetření	42
5.4	Shrnutí výzkumného šetření	59
5.5	Návrhy a doporučení pro praxi	62
	ZÁVĚR	66
	SEZNAM POUŽITÝCH ZDROJŮ	68
	SEZNAM ZKRATEK	73
	SEZNAM GRAFŮ	74
	SEZNAM PŘÍLOH.....	75

ÚVOD

Nová média jsou fenoménem moderní společnosti. Jsou také jedním z vnějších faktorů, které formují osobnost jedince. Specifický vliv mají nová média na mládež. Tomuto exogennímu prostředí je nejčastěji vystavována mládež, která je ve svém věku velice sensitivní vůči negativním vlivům okolí. Ovšem tento prostor je v rámci neustálých technologických procesů nedostatečně regulován, což dokazují vleklá jednání o dané problematice na půdě parlamentu Evropské unie. (ČTK, 2022) Nedostatečná regulace internetového prostředí je totiž živnou půdou pro zrod patologických jevů, které mohou mládež ohrožovat na více úrovních. Používání nových médií doprovází různé nebezpečné jevy, které mohou mít na mládež negativní vliv jak po stránce sociální, tak po stránce zdravotní či finanční. Proto je velice důležité tyto jevy rozpoznat a za pomoci preventivních opatření tyto informace aplikovat nejen pro naši mládež, ale rovněž pro celou společnost. Bakalářská práce se tedy zaměřuje na nová média jako na vnější faktor, který provází a formuje mládež procesem dospívání a zrání, ovšem ne vždy zcela v bezpečném prostoru.

První kapitola teoretické části bakalářská práce se nejprve soustředí na definice základních pojmů, jako jsou mladiství, média, normy a normalita či patologické jevy. Druhá kapitola se věnuje faktorům, utvářejícím osobnost jedince, kde budou tyto faktory jednotlivě definovány. Třetí kapitola charakterizuje média, jejich vývoj a vliv, představuje internet a jeho nejčastěji používané služby mládeži. Čtvrtá kapitola se věnuje jednotlivým patologickým jevům, kterým je mládež denně vystavena působením v digitální prostředí. Pátá kapitola je věnována praktické části Bakalářské práce a tato část se zaměřuje na výzkum negativního vlivu na mládež. Cílem výzkumné části je analyzovat využívání nových médií, se zaměřením na vznik možné závislosti, dále na možné riziko vystavení jedince pornografickému či jinak nevhodnému obsahu nebo kyberšikaně. Metodologií je zde kvantitativní výzkum. Vzhledem k tomu, že se odborné zdroje rozcházejí v jednoznačné definici věkové hranice mládeže, samotné šetření bylo provedeno na respondentech ve věkovém rozmezí od 15 do 21 let. Na závěr bude provedena analýza zjištěných dat výzkumu a jejich vyhodnocení v jednotlivých kategoriích se závěry z provedeného výzkumu. Zde se rovněž potvrdí nebo vyvrátí výzkumné hypotézy.

TEORETICKÁ ČÁST

1 VYMEZENÍ ZÁKLADNÍCH POJMŮ

Úvod teoretické části, který se věnuje vymezení základních pojmů, je nezbytný pro celkové pochopení textu. Seznamuje s pojmy sociální norma a normalita, jež jsou důležitou součástí společnosti. Dále vysvětluje pojmy sociální patologie, socializace, média a mládež, které jsou nosnou linkou pro tuto práci.

1.1 Norma, normalita a sociálně patologické jevy

Každý jedinec ve společnosti si v průběhu života utváří svá pravidla, ať už vědomá či nevědomá. Tato pravidla ovšem musí korespondovat se sociálními pravidly dané společnosti, též nazývanými jako normy, jinak by se společnost stala nefunkční. Pugnerová a Kvintová (2016, s. 13) uvádí, že tyto normy determinují, co je v dané společnosti povoleno a co naopak není. Sociální normy jsou nezbytnou součástí každé společnosti a svou charakteristikou vytváří normalitu. Dle Fischera a Škody (2014, s. 21-22) společenské normy určují vzorce a způsoby chování jednotlivce i společnosti tak, aby tyto vzorce byly přijatelné a žádoucí. Zároveň společenské normy stanoví, kdy je chování pro společnost nepřijatelné a nežádoucí. V tomto případě může být toto chování hodnoceno jako abnormální. Hranice normy a abnormality jsou velice pohyblivé v závislosti na danou společnost. Závisí rovněž na několika kritériích, a proto je její vymezení složité.

Statistické pojetí normality se dle Fischera a Škody (2014, s. 23) užívá v případech, kdy je k vymezení normality potřeba kvantifikovat četnost či intenzitu posuzovaných jevů. V případě tohoto pojetí se pracuje s aritmetickým průměrem a odchylkami. Například intenzita a množství případů kyberkriminality. Pokud je možné tuto četnost znázornit dle Gaussovy křivky, tyto údaje jsou zaznamenány a následně je ověřena četnost daného jevu. Průměrem se stává hodnota s nejvyšší četností, vzdálenost mezi odchylkami určuje variabilitu jevu a hodnota, která se pohybuje za hranicemi odchylek je považována za abnormalitu.

Sociokulturní normu popisuje Pugnerová a Kvintová (2016, s. 17) jako soubor vnějších a vnitřních pravidel správného chování, který je v dané společnosti obvyklý, očekávaný a tolerovaný a je vázán ke konkrétnímu místu a času. Díky sociokulturnímu pojetí normy můžeme tedy pozorovat, že norma se v průběhu času mění, vyvíjí a posouvá. Dále Fischer a Škoda (2014, s. 22-23) uvádí, že pro hodnocení toho, co je normální, závisí také na vývojových faktorech. Projevy chování tedy mohou mít odlišný význam v závislosti na daném vývojovém období. Například odmítání cizí autority je u batolat považováno za normalitu, ovšem v mladším školním věku se může jednat o poruchu, tedy mimo normu.

Pro tuto práci je velmi zásadní pojem tzv. mediální normy, jelikož pro vymezení normality jsou jedním z určujících faktorů právě média. Dle Fischera a Škody (2014, s. 26) se mnohdy jedná o idealizovanou realitu. Média v tomto případě předkládají jako normu vzory či symboly, které prezentují za standartní, i když se jedná o extremitu. Jako příklad lze uvést sociální sítě, jejichž smyslem je především prezentace krásy, bohatství a úspěchu. Média mohou svým prostřednictvím ovlivňovat postoje k násilí, sociálním vazbám, životním prioritám či k sexuálnímu životu.

Funkční pojetí normy pokládá za normální vše, co umožňuje optimální fungování jedince či skupiny. Fischer a Škoda (2014, s. 27) ovšem varují před pragmatickým přístupem pojetí normality, jelikož nebere ohledy na způsob dosažení cíle a na prostředky, které byly k dosažení cíle použity.

Sociální patologie je souhrnné označení abnormálních, nezdravých a obecně nežádoucích společenských jevů. Není samostatným vědním oborem a zabývá se zákonitostmi takových způsobů chování, které jsou společností hodnoceny jako nežádoucí. Tyto jevy porušují morální či právní normy. Je naprosto přirozené, že jsme denně svědky porušování různých norem, dokonce je někdy porušujeme i my sami. Individualita jedince znemožňuje striktní dodržování sociální normy přesně a stejným způsobem, a proto v každém sociálním prostředí existuje jiný toleranční limit, který je proměnlivý v čase. (Fischer, Škoda, 2014, s. 15–16)

1.2 Socializace

Socializací se nazývá postupný proces začleňování člověka do společnosti. V průběhu tohoto procesu dochází k proměnám, které postupně mění jedince v bytost kulturní, která dokáže bezproblémově fungovat v rámci systému lidské společnosti, který je velmi rozmanitý a složitý. Jedinec a společnost na sebe vzájemně působí a ovlivňují se. Socializací se člověk jednak zařazuje do společnosti, ale zároveň se individualizuje. Socializace je kombinací výchovy, vývoje a zespolečnění. Dle Urbana (2006, s. 215) je socializace proces dlouhodobý, celoživotní. Socializace je dle Vacínové (2010, s. 169) také podmíněna i náhodným vlivům společenského prostředí, jako je například působení prostředků masové komunikace, a tyto vlivy následně usměrňují člověka celý život.

1.3 Mládež

Mládež je dle Saka (2000, s. 13) sociální skupinou, která v naší společnosti plní velmi významnou a nezastupitelnou funkci, je dynamická a vnitřně velmi variabilní. Tato sociální skupina se také charakterizuje jako přechodná, nevyskytující se ve všech kulturách a je v čase proměnlivá. Tento fakt potvrzuje, že se prodloužila profesionální příprava mládeže a zároveň i věk, kdy si mládež osvojuje své sociální role dospělých a získávají plnohodnotný sociální status. Dle Sociologického ústavu AV ČR lze za mládež považovat člověka ve věku s dolní hranicí 14 – 15let, tedy ve věku, kdy končí povinná školní docházka, až do vrchní hranice 21 let. V některých případech lze horní hranici mládeže stanovit až do věku 30 let, kdy je završeno sociální zrání. (sociologická encyklopedie, 2018)

1.4 Média

Termín média vychází z latinského slova médium, což znamená prostředek, prostředník či zprostředkující činitel. Média jsou tedy komunikačním prostředkem, jehož vznik může být zaznamenáván od pravěkých signálů a znamení, přes jazyk, řeč a psaní,

k vynalezení knihtisku, až po současný vývoj masových médií. Tomuto tématu bude v práci věnována samostatná kapitola s názvem Média.

2 FAKTORY UTVÁŘEJÍCÍ OSOBNOST JEDINCE

Psychický vývoj každého jedince je závislý na různých faktorech. Mohou být obecné i specifické, jak uvádí Vágnerová, díky nim se také jedinci liší nebo zároveň podobají. Vývoj jednotlivých psychických funkcí je závislý na mnoha faktorech, které ne vždy musí mít stejně silný význam. V každém případě se ale jedná o individuálně variabilní dispoziční složku a komplex vnějších podnětů. *„Psychický vývoj tedy závisí na individuálně specifické interakci vrozených dispozic a komplexu různých vlivů prostředí.“ (Vágnerová, 2012, s. 12)*

2.1 Vnitřní faktory

Člověk je živým organismem. Jeho vnitřní biologické faktory determinují psychiku jedince. V genotypu, tedy v tom, co jedinec zdědil od rodičů, má zakódován program individuálního rozvoje jedince. V průběhu jeho života následně dochází k postupné aktivaci jednotlivých složek genetického programu. Rovněž tedy i tempo zrání je dáno geneticky. Fenotyp, kam patří např. úroveň rozumových schopností nebo citová stabilita, je závislý v různé míře na působení vnějšího prostředí. Genotyp se v průběhu života nijak zásadně nemění, na rozdíl od komplexu vnějších vlivů, který proměnlivý je. Dochází ke změnám z hlediska intenzity, času i kvality. Tytéž podněty tedy nebudou působit na odlišně disponované jedince totožně. (Vágnerová, 2012, s. 12)

2.2 Vnější faktory

Obecné sociokulturní vlivy, jakými jsou například normy dané doby a její hodnoty, uvažování a chování, jsou interpretované většími i menšími sociálními skupinami nebo např. i médii.

2.2.1 Rodina

Jedná se o nejmenší sociální skupinu, která by měla zastávat klíčovou funkci při vývoji daného jedince. Nachází se mu totiž nejbližší ze všech sociálních skupin. Je tedy tou nejvýznamnější sociální skupinou. Všichni členové jsou ve vzájemné interakci a navzájem se ovlivňují a přizpůsobují, ať již uvědoměle nebo neuvědoměle. Rodina svým členům zprostředkovává svým způsobem určité zkušenosti, které ovlivní způsob, jakými budou chápat další přijaté informace, stejně tak, jak na ně zareagují. Rodina tedy jedince ovlivňuje biologicky i sociálně. Jedinec si zde osvojí určité typy vzorců chování, sociální signály nebo se naučí (ne) projevovat svoje emoce, názory či potřeby. Rodina je velmi významným sociálním prostředím, které by mělo sloužit jako neotřesitelný zdroj jistoty a bezpečí. Rodina a její prostředí rovněž určují, jaké dovednosti, kompetence a hodnoty jsou ceněny a naopak. Kohout (2007, s. 29) uvádí, že vliv rodinného prostředí je u jedince na první pohled zřejmý, protože utváří vlastnosti člověka díky silnému působení vlivu vzoru, ať už je tento vzor kladný nebo záporný. Každá rodina žije svým vlastním příběhem, kdy jeho jedinečnost a specifikum je dáno osobností rodičů. Tím, jak oni sami chápou rodinné hodnoty, které spolu vytvářejí. Pro psychický vývoj není zanedbatelný ani vliv a existence sourozenců, neboť jsou dalším zdrojem zkušeností a velmi specifické sociální stimulační. (Vágnerová, 2012, s. 19) Dnešní trendy rodinu zmenšují, mnohdy členové domácnosti vedle sebe pouze existují, každý sám, ve své odizolované bublině. Ritualizovaná podoba se vytrácí a stále více přibývá rodin tzv. „patchworkových“, tedy rodin, kde v partnerském vztahu žijí dospělí jedinci se svými dětmi, které mají z předchozích vztahů.

Zrychlený běh doby skýtá sice mnoho pomocníků a technologií, které mají sloužit k úspoře času na koníčky, přátele, rodinu atd. Ovšem ne za všemi dveřmi domácností se daří tuto ideu realizovat. Základní potřebou každého jedince je pocit zdravého ukotvení v rodině.

2.2.2 Vrstevnická skupina

Vrstevníci jsou dalším, velmi cenným zdrojem zkušeností. Referenční skupinou, která určuje, zda se jedinec bude cítit dostatečně schopný. V případě, že se nedokáže

vrstevnickým požadavkům flexibilně přizpůsobit, budou reakce skupiny negativní a mohou osobnost jedince zásadně nepříznivě ovlivnit. Negativní sociální zkušenost může zafixovat pocit nejistoty. (Vágnerová, 2012, s. 20) Na pozadí vrstevnických skupin mohou vznikat tzv. subkultury, které jsou řazeny dle sociální pedagogiky mezi přirozené prostředí výchovy jedince. Zde mohou být jedinci velmi ovlivněni jak způsobem trávení volného času, tak např. hodnotovou orientací. Pro vrstevnické skupiny je spojujícím článkem věk aktérů, v subkulturách to jsou zase společné zájmy, upřednostňované hodnoty a způsoby chování. (Lojdová, 2020) Mezi nejznámější subkultury patří např. „hipster“, „punk“, „emo“, „goth“ atd.

2.2.3 Škola

Velmi významná instituce, která ovlivňuje osobnost jedince. Každé školské zařízení působí jako velmi důležitý socializační činitel, který má rozvíjet žádoucí sociální chování a samozřejmě rozvíjet jedincovy schopnosti a dovednosti. V současné době rezonuje společností názor, zda je dobré ve školních zařízeních hodnotit výkon a chování jedinců, protože tato zkušenost může velice ovlivnit jejich zkušenost a sebepojetí. (Vágnerová, 2012, s. 21) Roste rovněž skupina rodičů, kteří propagují tzv. „unschooling“, jehož principem je, vzdělávat děti doma a do ničeho je nenutit. Dle jejich názoru je na děti vyvíjen tlak na posílení určitého modelu úspěšného žáka, který je ne pro všechny děti splnitelný. Rovněž odsuzují to, že školní úspěchy velice silně spoluurčují další směřování daného jedince a drží se hesla, že cokoliv je vynucené, není krásné. (detijsoutakylidi.cz, 2022) Probíhající revize rámcových vzdělávacích programů (RVP) by měly změnit průběh výuky ve znamení větší samostatnosti a volby vlastního způsobu práce. Dále by měl být podpořen ve školním vzdělávacím programu (ŠVP) rozvoj dovedností v oblasti podnikání, aktivního zapojení občana do společnosti a chápání globálních souvislostí. (EDUin, 2022)

2.2.4 Kultura

Člověk je zasazen nejen do přirozeného světa přírody, ale také do světa kultury, který jedince na každém kroku provází a ovlivňuje ho. Jak definuje kulturu sociologie: *„Kultura je souhrn lidských výtvorů materiální i duchovní povahy, jejichž prostřednictvím člověk přetváří přírodu a uspokojuje své potřeby. Dá se říci, že je to vše, s čím se člověk nenarodí, co se musí naučit nebo převzít od generací předchozích.“* (vovcr, 2018) Kultura je tedy produktem společenského života a vyrůstala z potřeby nějak organizovat společenský život. Zajímavou definici kultury uvádí např. Knapová: Kultura, která byla vytvářena a následně konzumovaná elitami společnosti se nazývala kulturou vysokou, a naproti tomu stála kultura masová, která zahrnovala produkty, vyrobeny pro co nejširší spotřebitelský trh, jejichž cílem bylo poskytnout zábavu. (vovcr, 2018)

2.2.5 Média

Vedle rodiny, školy a vrstevníků mají nezpochybnitelný vliv média. Velmi se rozšiřuje prostředí, v jakém může docházet k vyhledávání idolů a vzorů. Tyto moderní komunikační prostředky mají vysoký formační potenciál. Postavy, se kterými se jedinec denně setkává prostřednictvím masmédií bez osobního kontaktu, mohou být zcela fiktivní, mediálně vytvořené. Mediální vzory jsou v dnešním světě velmi silnými faktory, které mohou předkládat jedinci zdánlivě atraktivní vzory. Dle statistik Českého statistického úřadu, jak uvádí Botková (ČSU, 2020), bylo v roce 2018 k internetu připojeno 80 % domácností, z mladých rodin jsou to téměř všechny, celých 98 %. Působení médií je komplexním jevem, ovlivňujícím celou společnost. Není možné obsáhnout všechny souvislosti, ve kterých se projevuje.

2.2.6 Příroda

Dnešní společnost velmi klade důraz na již ustálené pojmy, jako „tah na branku“, „flexibilita“ nebo „multitasking“. Mnozí zapomínají, že příroda je velmi významným

prostředím a faktorem, který může nabídnout velké množství prožitků. Ty mohou velmi významně přispět k duševní hygieně jedince, ale také velice pozitivně ovlivnit determinanty osobní emoční reakce jedince. Aktivity v přírodě jsou rovněž spojeny s pohybem, který také velmi pozitivním vlivem působí na jedince. Prožitek v přírodě jedinci velmi pomáhá rozpoznat vlastní postavení ve světě.

3 MÉDIA

Média se stala jedním z důležitých aspektů života jedince i společnosti, protože jejich prostřednictvím poznáváme svět a zároveň jsme s ním v kontaktu. Dle Urbana (2006, s. 141) můžeme být díky médiím v jednu chvíli na více místech zároveň, aniž bychom opustili pohodlí svého domova. Jak uvádí Jiráček a Köpplová (2007, s. 21), média jsou zdrojem komunikace a na straně jedné lze rozlišit kategorii médií interpersonální komunikace (dorozumívání mezi dvěma jednotlivci) a na druhé straně tzv. média masová, která slouží ke komunikaci celospolečenské (od jednoho zdroje k publiku) a vytváří tak masovou kulturu.

3.1 Masová média

Dle Jiráčka a Köpplové (2007, s. 25) jsou masová média specifická tím, že jsou vyjadřována v řeči, tedy ve formě našeho primárně komunikačního kanálu, ale pro jejich sestavení lze použít i jiné kódy komunikace, jako je obraz či zvuk, což je komunikační kanál sekundární.

Vznik masových médií ve společnosti zapříčinil revoluci v trávení času života každého jedince. Dalo by se říci, že jejím působením společnost odevzdala podstatnou část trávení svého času do jejich rukou. Média tedy mají dominantní postavení v našem kulturním prostředí a stávají se důležitým vnějším faktorem v našich životech. Jiráček a Köpplová (2007, s. 41) uvádí, že současné postavení médií můžeme považovat za společenskou instituci, která má vliv na iniciování, formování či posilování sociálních vztahů a zároveň se podílí na utváření kulturní společnosti.

Média se svým vývojem dělí na stará a nová. Těmi starými především myslíme tisk, rozhlas a televizi. Za nová média považujeme taková média, která jsou založena na digitálním, číselném kódování dat.

3.2 Stará média

Podoba komunikace starých médií je zprostředkována vizuální podobou tištěné a obrazové komunikace. Musil (2010, s. 44) upozorňuje na skutečnost, že materiální substrát starých médií (nosič) se významově odlišuje od nosiče nových médií, které se díky svému digitálnímu prostředí mohou spíše zaměřit na aktuálnost informací.

Tisk

Do starých médií, kam řadíme tisk, patří především knihy, noviny, časopisy, letáky, informační brožury či plakáty. Dle Musila (2010, s. 43–44) se tisková média považují za periodika neboli tiskoviny, které vycházejí alespoň dvakrát ročně. Musil (2010, s. 45) dále uvádí, že celosvětová produkce tisku stagnuje či klesá. Příkladem mohou být Spojené státy, kde byl po několikaletém nárůstu produkce tiskových médií až do roku 2008 zaznamenán pokles nákladů deníků o 8 %. Budoucnost tisku ovšem udržuje mutace do internetového prostředí, díky kterému tisk přechází do digitální podoby.

Klasická elektronická média (rozhlas, televize)

Musil (2010, s. 45) do této kategorie starých médií řadí rozhlasové a televizní vysílání a sem by významově spadal i samotný internet, protože podstatou klasických elektronických médií je vysílání obsahu na principu vysílače a přijímače. Ovšem je třeba vnímat, že se oblast vysílání již 80 let od zavedení rozhlasového vysílání neustále vyvíjí, a tudíž je internet řazen do kategorie médií nových. Za hlavní zástupce klasických elektronických médií tedy považujeme rozhlas a televizi. S rozvojem internetu se vysílání rozhlasu a televize postupně přesouvá do internetového prostředí.

3.3 Nová média

Nová média plynule nahrazují média stará, a to především prostřednictvím internetu. Do nových médií se řadí mediální technologie jako osobní počítač, mobilní telefon, tablet, které slouží jako nástroj ke zprostředkování internetu. Nová média se od těch starých odlišují nejen svou formou, která je digitální, ale také svou interaktivitou.

3.3.1 Internet

Internet je celosvětový systém propojení počítačových sítí, který přenáší multimediální informace mezi počítači. Původně internet vznikl na konci 60. let ve Spojených státech, pro účel systémového spojení, díky kterému by Ministerstvo obrany USA zamezilo k narušování či uzlení tohoto spojení, které probíhalo v období studené války. Musil (2010, s. 63) uvádí, že po rozšíření služeb internetu pro veřejnost plní shodné funkce klasických elektronických médií s inovativním prvkem interaktivnosti a mezi jeho hlavní funkce, které jsou dnes prostřednictvím internetu uživateli poskytovány uvádí informovanost, komunikaci a zábavu.

3.3.2 Sociální sítě

Sociální sítě jsou virtuálním prostorem na internetu, kde si lidé vytvářejí své osobní profily a následně mezi sebou komunikují. Kromě komunikace mohou uživatelé sociální sítě využívat i k různým interakcím jako například sdílení svých názorů, fotografií a videí. Losekoot a Vyhnánková (2019, s. 35) prezentují, že jedním z hlavních důvodů, proč lidé navštěvují sociální sítě, je budování si pozitivního obraz sama sebe. Prostředí sociálních sítí uživatele podporuje v tom, jakou mají představu nejen o sobě, ale také jak chtějí být vnímání okolím. Vytváření těchto alter eg nazývají impression management 2.0. Na sociálních sítích je dnes 45 % světové populace, jak uvádí Losekoot a Vyhnánková (2019, s. 15). Jedním z nejdůležitějších faktorů pro provozovatele sociálních sítí je čas, který na nich uživatelé tráví. Mezi nejrozšířenější sociální sítě, které jsou užívány mládeží můžeme řadit:

YouTube

Společnost YouTube vznikla v roce 2005 jako webová stránka pro sdílení a sledování videí. Vytvoření osobního kanálu na YouTube je zcela zdarma a zároveň tento kanál umožňuje uživateli zpeněžit jeho tvorbu, tím že do svého obsahu zahrne reklamu. Díky své genezi se stal YouTube domovem jak pro profesionální, tak i amatérská videa, živé přenosy, vlogy, hudební videoklipy, přímé přenosy hraní her, či zpravodajství. Tyto

služby daly možnost vzniku zcela nové profese – YouTuber, což je tvůrce obsahu pro YouTube.

Facebook

Facebook je jednou z nejznámější sociální sítí na světě. Jejím zakladatelem se stal v roce 2004 Mark Zuckerberg a v roce 2018 přesáhl počet jejích uživatelů 2 miliardy. Po registraci na této platformě si uživatel vytvoří osobní profil, díky kterému může navazovat kontakty s ostatními registrovanými lidmi a vytvářet přátelství. Uživatel s přáteli může komunikovat a sdílet jiný multimediální obsah. Facebook nabízí své uživatelské prostředí zdarma, ovšem při registraci uživatel uděluje souhlas společnosti k používání tzv. cookies, což jsou záznamy o návštěvách jiných webových stránek daného uživatele. Nástroje cookies tak sbírají data o uživateli Facebooku, díky kterým vytvářejí relevantní obsah pro daného uživatele. (Losekoot, Vyhnánková, 2019, s. 61)

TikTok

Tik Tok je mobilní aplikace a zároveň sociální síť, která umožňuje jejím uživatelům vytvářet krátké videoklipy o délce 3–60 vteřin. Tyto videoklipy obsahují nejčastěji karaoke, výzvy (challenge), umělecké kreace, či zábavné scénky. Každý měsíc používá tuto sociální síť na 800 milionů lidí po celém světě a její uživatelé jsou nejčastěji lidé ve věku 13–24 let. V roce 2021 dosáhla tato aplikace počtu 3 miliard stažení. (digitalninomadství, 2020)

Instagram

Tato sociální síť pro sdílení fotografií a videí byla spuštěna v roce 2010 (IT slovník, 2022). Instagram umožňuje uživateli jeho tvorbu komentovat a také chatovat s ostatními uživateli. Instagram je velice vyhledávanou aplikací mezi celebritymi, které si díky množství sledujících zvyšují svůj dosah. Konkrétně v České republice používá tuto aplikaci kolem 5 mil. uživatelů, zejména do 35 let věku.

Onlyfans

Tato platforma vznikla v roce 2016 a její původní záměr byl vytvořit prostor pro tvůrce internetového obsahu, kteří jsou převážně zaměřeni na uměleckou tvorbu a na platformu vkládají své videoklipy, fotografie, hudební nahrávky či vysílají online. V tomto prostoru se setkávají tvůrci se svými fanoušky, kteří si své oblíbené tvůrce mohou předplatit v podobě měsíčního paušálu, aby mohli konzumovat daný obsah interpreta. Od roku 2020 má Onlyfans 24 milionů registrovaných uživatelů a ředitel této společnosti Tim Stokely prohlásil, že jeho platformu za 24 hodin zhlédne přibližně 200 000 nových uživatelů a každý den se registruje 7000 až 8000 nových tvůrců. (Wikiwand, 2021)

Twitch

Platforma Twitch vznikla v roce 2011 v USA a její primární funkcí je živé vysílání (streaming) tvůrců zábavného obsahu. Tento obsah je převážně tvořen hraním videoher, vysíláním E-sportových utkání, ale také je prostorem pro umělce, kteří svou tvorbu vytvářejí i na jiných platformách. Twitch funguje na stejné bázi jako výše zmíněná platforma Onlyfans, tedy ve struktuře majitel platformy – tvůrce obsahu – fanoušek. Twitch tedy umožňuje svým tvůrcům, aby měli příjmy z reklam a možné placené členství fanouškovi tohoto tvůrce umožňuje komunikaci v chatu tvůrce, sledování videí bez reklam apod.

Flirt4free

Společnost Flirt4free byla založena v roce 1996 a její ústředí se nachází v Kalifornii. Tato platforma poskytuje rozhraní chatovacích místností, které jsou prezentovány prostřednictvím webových kamer v jednotlivých místnostech dívek, které tyto služby zprostředkují. Oficiální prezentace této společnosti je, že uživatelům umožňuje flirtovat se ženami prostřednictvím chatu a v případě zájmu je posunout k dalšímu kroku. (Flirt4Free, 2022)

3.3.3 Digitální hry

Květon (2020, s. 7) uvádí, že herní průmysl je dominantní dodavatelem zábavy pro trávení volného času dětí a mládeže. S vývojem nových technologií se vyvíjí sofistikovanost herního prostředí. Zejména jde o realističnost a interaktivitu. Primárním zprostředkovatelem her byly v minulosti osobní počítače, které jsou postupně vytěsňovány mobilními telefony či herními konzolemi (Xbox, PlayStation).

3.4 Mediální výchova

Dle Musila (2010, s. 148) je mediální výchova tématem pedagogických věd a můžeme ji také chápat v kontextu vzdělávání a výchovy prostřednictvím médií. Je důležité si uvědomit, že se média (včetně těch nových) stávají podstatným socializačním faktorem, který v mnoha ohledech může upozadit faktory ostatní, jako je rodina či škola. Mediální gramotnost má dle Musila (2010, s. 150) v České republice vycházet z obecných nároků na vzdělávání. Ovšem tyto obecné nároky musí reflektovat i vývoj médií jako takových. Průřezovými tématy by měly být především oblasti jazykové, komunikační, informační a konečně oblast člověka a společnosti ve vztahu k médiím. Musil také uvádí (2010, s. 152), že mediální výchova podporuje rozvoj klíčových kompetencí jako jsou ověřování informací, sebe reflektivnost ve vztahu k médiím, obrana před manipulací a v neposlední řadě také mediální výchova pomáhá aktivně řešit problém naplnění volného času.

4 NOVÁ MÉDIA JAKO ZDOJ SOCIÁLNĚ PATOLOGICKÝCH JEVŮ

Nová média se stala jedním z nejpodstatnějších faktorů vnějšího prostředí, které působí na formování jedince. Mládež se v tomto prostředí pohybuje denně až několik hodin. Ševčíková a kol. (2014, s. 30) upozorňují na to, že prostředí nových médií je kulturní prostorem, kde vznikají normy, které jsou sdíleny uživateli tohoto prostoru, kteří tyto normy redefinují. To znamená, že uživatel v prostředí nových médií není online kulturou pouze ovlivňován, ale sám tuto kulturu může ovlivňovat. Komplikovaná regulovatelnost internetového prostředí způsobuje, že se toto prostředí stává v mnoha ohledech patologickým. Ševčíková a kol. (2014, s. 31) dále uvádí, že mohou mladí lidé využívat toto prostředí ke změně své identity. Každé online prostředí je specifické a díky tomu jsou i specifická rizika. V následující kapitole budou tato rizika popsána.

4.1 Netholismus

Pokud jsou jedincem nová média nadužívána, může dojít ke vzniku novodobé nelátkové závislosti, kam Fischer a Škoda (2014, s. 125) netholismus také řadí. Tato závislost bývá často spojována s nadměrným užíváním internetu, hraním počítačových her a v posledních letech se rozvíjející závislost na sociálních sítích.

4.1.1 Charakteristika

Vzhledem k tomu, že se jedná o závislost, která není somatického či psychosomatického typu (jako například závislost při užívání alkoholu), je netholismus pro odbornou veřejnost složité diagnosticky zařadit do kategorie závislostí. Problém se zařazením netholismu do Mezinárodní klasifikace nemocí (MKN) a DSM zmiňuje i Ševčíková a kol. (2014, s. 43) a dále uvádí, že řada výzkumů řadí netholismus jako jev, který je blízko návykových a impulzivních poruch. Musil (2010, s. 146) přirovnává závislost na internetu jako závislost na drogách. Dále konkretizuje dopady této závislosti na psychiku a život jedince v oblastech ztráty

smyslu pro realitu, rozpad sociálních vazeb i těch rodinných, ztrátu norem chování či izolovanost a deprese.

Ševčíková a kol. (2014, s. 44) uvádí, že vzorem kritérií, na základě kterých je možné závislostní chování na internetu definovat, jsou kritéria určená pro koncepci řešení gamblingu.

- Význačnost – kdy se trávení na internetu stává pro jedince prioritou na úkor jiné činnosti jako jsou fyziologické potřeby, hygiena, či myšlení a prožívání v přirozeném prostředí.
- Změny nálad – které jsou u jedince způsobovány danou činností.
- Abstinenci příznaky – pokud jedinec nemůže danou činnost provádět pociťuje fyzický i psychický deficit.
- Tolerance – jedinec provádí činnost stále častěji, aby uspokojil své potřeby.
- Konflikt – kdy je jedinec schopen svou činností způsobit narušení sociálních vazeb, včetně těch rodinných a zanedbává svou předchozí zájmovou činnost.
- Relaps – jedinec se znovu vrací do vykonávání své činnosti i přes uznání negativních důsledků této činnosti.

Typy závislostí rozděluje odborná veřejnost takto:

- Závislost na pornografických stránkách či virtuální sexualitě.
- Závislost na online hrách.
- Závislost na internetových vztazích a komunikaci.

4.1.2 Negativní vliv

Závislost na pornografii

Zimbardo (2017, s. 97-99) popisuje tyto druhy závislostního chování jako závislost na vzrušení, hledání stále něčeho nového. V případě pornografie ovšem varuje před plasticitou mozku, která je konkurenční a kompetitivní povahy, což způsobuje neustále hledání nového a zajímavějšího pornografického materiálu. V praxi to tedy znamená, že pokud uživatel pro své vzrušení naučí mozek sledovat tvrdý pornografický materiál,

následně v něm uživatelův partner v reálném životě nedokáže vyvolat to, co by mohl v případě nesledování pornografie.

Závislost na online hrách

Dle Květoně (2020, s. 89-93) je poměrně jasné, že většina mládeže tráví velkou část svého volného času nejen na sociálních sítích, ale také hraním online her. Dále uvádí, že se systém DSM V se snaží konkretizovat interní a externí faktory, které by tuto herní internetovou poruchu mohly definovat. Za interní faktory jsou považovány zvýšená impulzivita, mozkové deficity, depresivita či exekutivní mozkové dysfunkce. Externími faktory v tomto případě jsou především faktory, vztahující se ke hře samotné, faktor sociální a vliv rodičů. Světová zdravotnická organizace uvažuje o zařazení herní poruchy do nejnovější 11. revize Mezinárodní klasifikace nemocí, ovšem tento krok se setkává s nesouhlasnými postoji odborné veřejnosti na základě nedostatečných empirických podkladů.

Internetové vztahy a komunikace

Stránský (irozhlás, 2019) upozorňuje na skutečnost, že internetové platformy, především sociální sítě a online hry, využívají poznatků z neurologie a staví na návykovém mechanismu systémem odměňováním. Pokud tedy na sociálních sítích dostaneme „lajk“ dostáváme dávku dopaminu neboli „hormonu štěstí“. Stejným způsobem tento systém odměn účinkuje i u hraní online her, kde je oděnou postup do další úrovně či vylepšení herní postavy za splněný úkol. Jedná se ale o zdánlivé štěstí. Užívání sociálních sítí je přímo spojené s nárůstem úzkosti, deprese a s poklesem spokojenosti a zdraví.

Dle Fischera a Škody (2014, s. 128) jsou všeobecně odbornou veřejností popisovány symptomy uživatele, který je závislý na internetu takto: neposkytování skutečných informací o čase, stráveném na internetu, celková únava, nárůst osobních a finančních či školních problémů, měnící se biorytmy (hlavně času spánku a vstávání), virtuální vztahy jsou upřednostňovány před těmi skutečnými, celková ztráta zájmu o reálný sex. Fischer a Škoda (2014, s. 127) dále konkretizují práci Youngové, která je autorkou testu závislosti na internetu IAT. Youngová vypracovala osmi položkový dotazník, který

modifikuje kritéria pro diagnózu patologického hráčství takovým způsobem, aby byl využitelný k diagnostice závislosti na internetu. V současné době se tento test obsahově rozšířil z osmi položek na dvacet (viz. příloha B).

4.2 Kyberšikana

Kyberšikanu můžeme chápat jako online obtěžování. Ševčíková a kol. (2014, s. 120) uvádí, že definice kyberšikany a její projevy vychází z tradiční šikany.

4.2.1 Charakteristika

Základní kritéria šikany jsou úmyslné agresivní jednání (toto jednání je opakované) a mocenská rovnováha (mezi agresorem a obětí je značně nerovnovážná). Pugnerová a Kvintová (2016, s. 159) šikanu definují jako násilné, agresivní, a hlavně cílené chování jedince či skupiny vůči slabšímu jedinci, případně skupině, která není schopná se účinně bránit. Kyberšikana sdílí veškeré tyto znaky jen s tím rozdílem, že probíhá v online podobě. Základní znaky kyberšikany shrnuje Ševčíková a kol. (2014, s. 121) takto:

- děje se prostřednictvím médií
- probíhá opakovanost
- agresivní obsah je záměrný
- vzniká zde mocenská nerovnováha
- toto jednání vnímá oběť jako zraňující a nepříjemné

Veškeré tyto znaky kyberšikany se ovšem díky rozmanitosti prostředí nových médií odehrávají na různých platformách, ať už to jsou sociální sítě, chatovací místnosti či v online herním prostředí a množství jejich projevů může být považováno za kriminální činnost. Organizace Člověk v tísni (clovekvtisni, 2022) uvádí, že těmito nejobvyklejšími projevy jsou urážející či útočné zprávy obětem šikany a vytváření dehonestujícího obsahu o oběti, kdy je tento obsah následně rozeslán veřejnosti či zveřejněn na internetu. V případě této varianty kyberšikany je velice nebezpečné,

že obsah se na rozdíl od obsahu klasické šikany stává opakovatelným díky možnostem sdílení a nahrávání v kyberprostoru. Oběť se tak musí potýkat s mnohonásobným ponižením a její trauma se tak může prohloubit.

Aktéři kyberšikany

Pokud hovoříme o osobách, které jsou součástí kyberšikany, Ševčíková a kol. (2014, s. 128) dělí tyto aktéry kyberšikany na tři základní skupiny. Agresoři, oběti a přihlížející. Tyto skupiny budou níže v práci rozebrány, ovšem je velice důležité si uvědomit, že v klasickém pojetí šikany byl jedním z charakteristickým znaku pro rozlišení agresora a oběti šikany socio ekonomický statut či fyzická převaha, což není u kyberšikany podmínkou.

Agresor

Jak již bylo výše uvedeno, často si společnost v případě šikany představila osobnost agresora jako fyzicky zdatnější jedince, kteří mohou mít pozitivní postoje k násilí a mnohdy pocházejí z patologického prostředí. Ovšem jak uvádí Ševčíková a kol. (2014, s. 132–133), tyto charakteristické znaky se kyberprostorem stírají, obzvláště v oblasti fyzické převahy. Naopak nízká míra empatie u agresora vůči své oběti je v případě šikany i kyberšikany stejná. Důležité je také zmínit, že možnost anonymního internetového prostředí umožňuje nepřímou konfrontaci mezi jednotlivými aktéry šikany, a tudíž se pro potenciálního agresora stává dostupnější.

Oběť

Pugnerová a Kvintová (2016, s. 162) oběti šikany definují jako tiché, plaché a nejisté jedince s nízkým sebevědomím. Většinou tito jedinci nemají silný sociální status a jsou pro své okolí odlišní. Naproti tomu Ševčíková a kol. (2014, s. 131) uvádí, že v případě kyberšikany se obětí kyberšikany může stát i jednice, který příliš nevybočuje a mnohdy má ve skupině velice dobré postavení, což potvrzuje fakt, že internetový prostor stírá rozdíly mezi obětí šikany a kyberšikany. Stát se obětí kyberšikany je v internetovém prostoru spíše přímo úměrné množstvím poskytování osobních informací o své osobě či frekvencí návštěv skupinových chatů či sociálních sítí.

Přihlízející

Postavení přihlízejícího je velice zásadní, obzvláště, mluvíme-li o kyberšikaně. Přihlízejících je v tomto směru mnohem větší počet díky možnostem šíření kyberšikany ve virtuálním prostoru než přihlízejících při klasické šikaně. Ševčíková a kol. (2014, s. 133) vyzdvihují důležitost role přihlízejícího kyberšikaně, která spočívá v jeho možnostech veřejně vystoupit proti této činnosti a následně tak zamezit dalšímu pokračování. Bohužel se ve většině případech přihlízející kyberšikany často nevymezí, aby si tak nenarušil své postavení ve společnosti.

4.2.2 Negativní vliv

Kyberstalking

Jedná se o pronásledování v kyberprostoru, nejčastěji chatem, sociálními sítěmi, emailem, telefonem (aplikace na sledování). Stalker může být osobou zcela neznámou nebo se může jednat o bývalého partnera či partnerku, kteří neunesli břímě rozchodu. Oběť naprosto ztrácí soukromí a neustále se cítí být v ohrožení. Od roku 2010 je stalking zapsán v trestním zákoníku, protože nabyl skutkovou podstatu trestného činu.

Kybergrooming

Kybergroomingem je nazývána manipulace v kyberprostoru, s cílem donutit oběť k osobní schůzce. Agresor se ve většině případů vydává za zcela jinou osobu (pod falešným profilem, fotografií atd.), vzbudí v oběti důvěru se záměrem ji později zneužít na osobní schůzce k jakémukoliv soukromému záměru. Tímto sociálně patologickým jevem jsou nejvíce ohroženy děti, které tráví většinu volného času na sítích a mají velké množství virtuálních přátel v kyberprostoru. Pro agresory jsou velmi snadno manipulovatelné.

Kyberharašení

Je opakované zasílání zpráv od agresora oběti, které jsou oběti nepříjemné. Např. tzv. „Dick pick“ fotografie, které se velmi rozšířily zvláště mezi mládeží, ovšem ne výjimečně je posílají muži starších ročníků i o několik generací mladším dívkám. V některých případech se útočníci obhajují, že „to je jen taková forma pozdravu“ a nebylo to posláno se zlým úmyslem, tedy snaží se o normalizaci sociálně patologického jevu.

Sexting

Sexting je zasílání videí, fotografií a textů se sexuální tematikou, prostřednictvím elektronických médií. Tento materiál může s velkou pravděpodobností končit na internetu a oběť se může stát nejen traumatizovanou obavami ze zveřejnění, ale také z následného vydírání. Některé případy mohou skončit velmi fatálně. Dočekal, Muller, Harris, Heger a kol. (2019, s. 168) uvádí, že sexting mladí lidé vnímají jako určitý status, který jim dává pocit, že vlastně mají vztah, byť je pouze virtuální.

Flaming

Flamingem se nazývá nepřátelské chování a jednání na sociálních sítích. Slovní napadání ve virtuálním světě je jednodušší, tedy mnohem častější než konfrontace v reálném světě, z očí do očí. Vyhrocené hádky a diskuze na sociálních sítích zaznamenáváme každý den pod jakoukoliv zprávou libovolného internetového deníku, obzvláště u kontroverzních témat se to nenávisnými komentáři jen hemží.

Happy Slapping

Je nový druh „zábavy“, který se velmi rychle po sociálních sítích rozšiřuje. Jeho podstatou je, vybrat si oběť, fyzicky ji inzultovat (nafackovat) tak, aby to někdo natáčel na mobilní telefon a následně mohl umístit na síť. Veřejné zostuzení po zveřejnění videa v mnoha případech rovněž mělo fatální následky.

Vyloučení a ostrakizace

Vylučuje oběť z nějaké konkrétní skupiny. Oběť trpí frustrací z toho, že „nikam nepatří“ a pocit zesiluje fakt, že na sítích tomu přihlíží mnohem více diváků než ve skutečném životě, protože i konkrétní skupina má možnost být díky neomezenému online prostoru neomezeně rozsáhlá. Opakovanost je jeden z aspektů, kterým se liší kyberšikana od šikany tradiční, v reálném světě. Podle Ševčíkové se jedná o aspekt nejobtížněji zachytitelný. Opakované zranění je těžko rozpoznatelné. Vždy, když někdo na inkriminovaný obsah někdo klikne a shlédne ho, újma oběti se neustále opakuje. Samotné opakování již nemusí být činem agresora samotného, ale publika, které sdílí a přeposílá inkriminovaný obsah dále. Ševčíková (2014, s. 121-123) rovněž upozorňuje na fakt, že kritéria kyberšikany se mohou lišit v každé online aplikaci.

K těmto tématům zveřejnila na svých stránkách v archivu Česká televize seriál norské produkce, s názvem Nudes. Vypráví tři samostatné příběhy ze života studentů (Ada, Sofia a Viktor), kteří měli možnost si na vlastní kůži vyzkoušet v negativním slova smyslu sílu sociálních sítí. Těmto tématům se věnuje i např. další, velmi zajímavý seriál z produkce české pod názvem TBH (zkratka slov To Be Honest). Jak již bylo zmíněno, oběťmi se stávají velmi často děti a mládež, proto je třeba se tématu věnovat, otevírat ho a diskutovat, aby se dostalo do jejich podvědomí. (ČT, 2019)

4.3 Vystavování se nevhodnému obsahu

Práce doposud definovala závislostní účinky nových médií a kyberšikanu. V této podkapitole je popsán další z patologických jevů, nevhodný obsah, jemuž je mládež denně vystavována. Zásadními prvky nevhodného obsahu nových médií jsou sexuálně explicitní obsah, násilí a nadměrná monetizace zábavního prostředí nových médií. Musil (2010, s. 130) uvádí, že vliv internetu na psychiku jedince vychází z faktu, že působení jakékoliv informace zprostředkované médií je tím silnější, čím méně má daný jedinec zkušeností a znalostí a čím méně jsou ustálené jeho morální a hodnotové postoje. Pokud je tedy hovořeno o vztahu mládeže a působení nevhodného obsahu nových médií, jedná se o závažný problém. Jiráková a Kopplová (2007, s. 175-176) popisují záměrné a nezáměrné účinky médií v působení na uživatele, přičemž reklamy

a spotřebitelské chování uživatele řadí do záměrných účinků médií a násilí, sociální konstrukci či sexuálně explicitní obsah řadí mezi nezáměrné.

4.3.1 Charakteristika a negativní vliv sexuálně explicitního obsah

Pornografie se stala mainstreamem dnešní společnosti. Spitzer (2016, s. 247) uvádí, že v současnosti je internet díky své anonymitě a volné dostupnosti převažujícím šířitelem pornografie. Pokud konzument navštíví pornografické stránky určené pro dospělé, bývá upozorněn, že následující obsah je pouze pro uživatele starších 18 let a mluvíme o záměrném vystavení se sexuálnímu obsahu. Ovšem toto pravidlo, které potvrzuje věkovou hranici pro vstup na pornografické stránky, nijak nezabraňuje konzumentům mladším 18 let jej obejít v podobě souhlasného potvrzení, které není nijak kontrolováno. Zimbardo (2017, s. 89) upozorňuje na skutečnost, že přístup k pornografii na internetu by samozřejmě měl být zamezen osobám mladším 18 let ovšem porno průmysl tyto normy nerespektuje. Přitom zobrazování pornografických scén se stává čím dál explicitnějším s evidentní tendencí k násilí a zobrazování ženy jako subjektu, který lze ponižovat. Pornografický obsah na sociálních sítích, tedy platformách, které k tomuto obsahu nejsou primárně určeny, mluví Ševčíková a kol. (2014, s. 105) o nezáměrném vystavení se sexuálního obsahu. Prostřednictvím sociálních sítí je tak mládeži umožněna kybersexuální interakce poskytovateli těchto služeb, kde sledování explicitního obsahu není nijak věkově ohraničeno. Spitzer (2016, s. 247) k tomuto problému dále uvádí, že dosud neexistuje žádný zákon, který by jednoznačně upravoval hranici mezi pornografií a uměním. Některé z těchto sociálních sítí, jako například Onlyfans a Twitch, si na základě zprostředkování nevhodného obsahu pro mládež tak přeorientovaly svůj původní koncept z komunikačních platforem na platformy, které poskytují nevhodný obsah pro jejich uživatele za účelem zisku. Tento fenomén posledních let je tedy zásadním problémem zprostředkování nevhodného obsahu mládeži, jelikož je implementován do jejich přirozeného virtuálního prostředí sociálních sítí, které navštěvovali z naprosto jiných důvodů.

Příklad z vybraných platforem:

Twitch

Původním záměrem této streamovací platformy bylo vytvoření bezpečného prostoru, obsahově určeného pro fanoušky online her. Tento obsah je postupně vytlačován spoře oděnými dívkami, které zneužily zaměření komunity nevinného obsahu Twitch a soustředily se na poskytování sexuálně explicitního obsahu. Společnost Twitch na tuto skutečnost byla několikrát upozorňována, a proto do svých pravidel zásad užívání platformy implementovala zákaz jakéhokoliv obsahu se sexuální tematikou pod hrozbou napomenutí či zákazu činnosti. Díky tomu začala být nahota i sexuální obsah na této platformě postihována, pokud ovšem nebyla prezentována v nějakém odpovídajícím kontextu. Problém je, že termín sexuální obsah (sexual content) v souvislosti užívání platformy tohoto typu je velice těžko definovatelný a stejný problém se týká i kontextu. Tvůrci nevhodného obsahu tedy využívají těchto nepřesností a experimentují různými způsoby, jak směrnice neporušit, ale zároveň nepřijít o své finance, které jsou jim, díky explicitnosti jejich tvorby prostřednictvím platformy Twitch, poskytovány. Tvůrkyňe nevhodného obsahu tedy pro legalizaci své nahoty využívají například streamování z bazénů či vířivek, nebo přímo ze sprchových koutů. Příkladem obcházení stanov Twitch může být i tzv. stealth sex neboli ukradený sex. Tvůrci na platformě provádí soulož tak, aby nebyla přímo identifikovatelná.

Onlyfans

Předplatiteli je k dispozici unikátní obsah tvůrce, přičemž 80 % výdělku jde autorům a 20 % platformě. Celá platforma tedy fungovala v minulosti tak, že si zde například založil účet zpěvák, který svým fanouškům interpretoval své umění. Tato fanouškovská základna jej pravidelně finančně podporovala výměnou za určitá zvýhodnění, která souvisela s jeho tvorbou. Onlyfans se postupně začala proměňovat v prostor, kterému dominuje sexuálně explicitní obsah. Společnost Onlyfans čelí kritice ze stran veřejnosti za to, že nedostatečně brání mladistvým, prostřednictvím své platformy, prodávat příspěvky s pornografickým obsahem. (Heroine, 2021)

Flirt 4 free

Na chatovací platformě Flirt 4 free tvůrci lákají tvůrci obsahu uživatele do svých chatovacích místností, které fungují i bez registrace a snaží se zajmout konzumenta tohoto obsahu tak, aby se přesunul do VIP sekce, kde mu bude zpřístupněn exkluzivní prostor. Explicitní chování tvůrců obsahu, tedy dívek, které lze definovat jako pornografické, je ovšem uživateli dostupné již před registrací, což znamená, že tento obsah je dostupný komukoliv bez ohledu na věk či anonymitu.

4.3.2 Charakteristika a negativní vliv násilného obsahu

Langmeier a Krejčíková (2006, s. 302) uvádí, že násilí v médiích je rozdílné od násilí, které může jedinec prožívat v rodině či jiných sociálních skupinách. Není skutečné, ale je představované, zobrazené a možné. Mediální násilný obsah bývá mnohými označován za jeden z nejnebezpečnějších, právě kvůli jeho dostupnosti. Díky této dostupnosti se tak nová média mohou stát třetím rodičem a mít tak negativní vliv na chování jedince.

Videa a videohry

Násilný obsah je na internetu nejčastěji zprostředkováván ve videohrách, ovšem lze ho nalézt i na sociálních sítích, které se zaměřují na sdílení video obsahu. Tvůrci obsahu čím dál častěji používají násilný obsah jako součást své tvorby, jelikož je tento druh obsahu stále intenzivněji vyhledáván. Pokud bychom měli porovnat zobrazování násilí zprostředkované starým médii, jehož zástupcem je především televize, s násilím ve videohrách, které spadají do médií nových, působení těchto dvou médií na mládež je naprosto odlišné. Květoň (2020, s. 50) upozorňuje na to, že uživatel již není pouhým pozorovatelem násilí, ale prostřednictvím interaktivity her se stává jeho přímým aktérem. Herní systém je založen na principu odměn a trestů. Hráč překonává různé překážky, aby mohl postoupit do další úrovně. Tyto překážky ovšem bývají překonávány za pomoci násilí a jsou také odměňovány. V konečném důsledku to znamená, že pokud hráč někoho nezabije, bude zabít sám a hra jej potrestá tím, že bude muset úkol plnit znovu. Hráč, který svou překážku odstraní jakýmkoliv

způsobem, třeba i vraždou, je odměněn a může pokračovat ve hře, což znamená jistou formu podmiňovaného násilí.

Jako další faktor, který stimuluje agresivitu v uživateli her Květoň (2020, str. 50) uvádí identifikaci s agresorem. Herní průmysl v rámci svého vývoje zavedl systém hraní her z pohledu první osoby, díky čemuž se hráč může snáze ztotožnit s herní postavou. Mezi mládeží se v současnosti těší veliké oblibě tituly jako GTA či Fortnite, jejichž princip je primárně na násilí založen. Dle Zimbarda (2017, s. 106) mění u jedince nadměrné hraní videoher nejen přístup k učení a socializaci, ale také přináší otupění vůči násilí. Spitzer (2014, s. 168) také uvádí, že herní průmysl je miliardovým trhem, na kterém mezinárodní korporace jako Sony, Nintendo či Microsoft doslova svádí boj o své zákazníky.

Příklad z vybraných platforem:

Hra GTA 5 je ve společnosti považována za jednu z nejkontroverznějších her současnosti. Dostupnost této hry je sice limitována věkem 18 let plus, ovšem je zcela běžné, že se tato hra ocitne i v rukou mladších jedinců. Obsahem této hry je plnit mise, které převážně vyžadují násilné chování a páchání kriminální činnosti. Ve hře se tak setkáme s mučením, zabíjením a vulgární mluvou a s těmito nevhodnými aspekty chování se uživatel ztotožňuje prostřednictvím hlavní postavy. Násilný obsah na sociálních sítích je často vyobrazován prostřednictvím tzv. „challenge“ neboli výzev. Jedinec vyzve další uživatele ke zopakování určitého situace, která může být mnohdy násilná až životu nebezpečná. Jedny z nejnebezpečnějších výzev na sociálních sítích jsou „firechallenge“, kde se uživatelé polévají hořlavinou a zapalují se, či tzv. „choking game“, při které se uživatelé sami škrtí. Při druhé jmenované výzvě zemřelo například v USA několik desítek obyvatel, jak uvádí časopis Time. (Cieslar, 2018)

4.3.3 Charakteristika a negativní vliv monetizace online zábavného obsahu

Uživatel, který vstupuje do zábavního prostředí nových médií, zároveň mnohdy vstupuje i do prostředí obchodního, aniž by si tuto skutečnost uvědomoval. Internetové prostředí má možnost cílit produkt na zákazníka bez ohledu na jeho věk či jeho možnou

vyzrálost, obzvláště v oblasti finanční gramotnosti, a také bez ohledu na jeho momentální rozpočet. Pokud jde jedinec do obchodního centra za účelem nákupu, tuto situaci vnímá jednoznačně, ve vztahu prodávající nakupující. V případě nových médií se toto vnímání může rozostřit, protože hranice mezi obchodním a zábavním prostorem nových médií nebývá často jasně vymezena. Uživatel, platící za internetový obsah, také nemusí disponovat vlastními finančními prostředky, ale může využít nástrojů internetových peněženek, které jsou ve vlastnictví například rodinného příslušníka.

Obchodní model monetizace digitálního obsahu můžeme dělit dvěma způsoby. Přímou, kde uživatel platí za konkrétní obsah konkrétní platbu, či nepřímou, kde v tomto případě uživatel za konzumaci konkrétního obsahu neplatí penězi, ale zhlédnutím reklam či poskytnutím osobních údajů. V případě nových médií mluvíme především o rychle nastupujících videoreklamách, které jsou zakomponovány do zábavního obsahu, či o propagaci produktů přímo tvůrci digitálního obsahu. (Anzdoc, 2014) Velká média si díky digitálním tvůrcům na YouTube začala uvědomovat, že jsou tito tvůrci schopni kolem sebe vybudovat silnou komunitu sledujících, kteří by mohli být zajímavou kupní silou pro firmy, které prodávají své produkty online. Tito digitální tvůrci jsou dnes nazýváni influenceři. Slovo influencer je do českého jazyka volně přeloženo jako ten, kdo ovlivňuje. Tito influenceři, kteří vytvářejí zábavný obsah na internetových platformách tak budují svou komunitu sledujících, z jejichž řad si následně utvářejí zákazníky. Zákazník, což je v této situaci koncový uživatel sociální sítě, tak zvyšuje influencerovi zisk nejen ze shlédnutí jeho videa, ale zároveň je vystaven placené propagaci, která mnohdy influencerem nebývá označena. Musil (2010, s. 178) také upozorňuje na žebření na internetu (cyberbegging), který je založen na získání financí od internetové komunity, kde následně s těmito financemi nakládá dle vlastního uvážení. Nejčastěji využívanými platformami pro influence marketing, který cílí na mládež bývají sociální sítě jako jsou Instagram, Tik Tok a YouTube.

Příklad z vybraných platforem:

Platforma Tik Tok vytvořila funkci VideoGifts, neboli virtuální dárky. Tato funkce má pomoci tvůrcům videí zvýšit monetizační potenciál jejich tvorby tím, že sledující nakoupí za skutečné peníze virtuální dárky v podobě obrázků diamantů, pohyblivých

animací či kytíček, které mohou následně svému oblíbenému interpretovi poslat jako odměnu za jeho tvorbu. Nejčastěji se tato forma podpory odehrává v živém vysílání, kde tvůrce videí vybízí sledující k zasílání dárků, vytváří kompetitivní prostředí (rychlostní soutěže) a nejštedřejším donátorům nabízí přidání do přátel či sledování jejich profilu tzv. „follow“.

YouTube/ Instagram - Influencer často využívá svého dosahu k prodeji produktů, které mohou být pro uživatele nevhodné. Nejčastější propagace se týká elektronických cigaret, firem, zabývajících se hazardem či CBD produktů.

Musil (2010, s. 148) uvádí, že vnímání reklamy jedincem za přímé účasti rodičů, jej může významně motivovat ke správnému chápání mediálních sdělení, tedy předejít různým metodám mediální manipulace jedincem.

PRAKTICKÁ ČÁST

5 VÝZKUMNÉ ŠETŘENÍ

V této části práce se budou vyhodnocovat výsledky vlastního empirického šetření. Respondenti vyplňovali dotazníkové šetření online na serveru Survio.com. Prostřednictvím získaných dat poté analyzovat míru negativního vlivu nových médií na mládež.

5.1 Cíle práce a hypotézy

Cílem práce je přiblížit problematiku negativního vlivu nových médií na mládež. Dále konkretizovat nová média jako jeden z faktorů, který ovlivňuje výchovu mládeže v mediálním prostředí.

Prostřednictvím stanovených hypotéz následně potvrdit, či vyvrátit domněnky o negativním vlivu nových médií na mládež, uskutečněné na základě literatury, internetových článků či jiných výzkumů.

Toto výzkumné šetření je rozděleno do dvou oblastí, pro které je dohromady stanoveno 6 hypotéz. Tyto hypotézy slouží k ověření výsledků již uskutečněných výzkumů, tvrzení v odborné literatuře či internetových člancích.

Oblast 1: Chování současné mládeže v prostředí nových médií

- H1: Více než 60% současné mládeže považuje nová média za důležité prostředí pro trávení volného času.
- H2: Více než polovina současné mládeže vykazuje určité znaky závislostního chování v prostředí nových médií.
- H3: Více než polovina současné mládeže považuje za běžné platit za zábavní obsah na internetu.

Oblast 2: Negativní působení nových médií na mládež a kontrola validity jejich obsahu

- H4: Více než 40 % současné mládeže bylo vystaveno nevhodnému obsahu na internetu.
- H5: Více než 40% mládeže negativně ovlivňuje působení v kyberprostoru běžný život (život off-line).
- H6: Více než 60% mládeže není kontrolováno, jaký obsah na internetu sleduje.

5.2 Metody výzkumného šetření

Pro toto výzkumné šetření byla použita kvantitativní metoda, kterou Skutil (2011, s. 59) charakterizuje jako záměrnou a systematickou činnost, kde se při této činnosti pomocí empirických metod zkoumají, testují, verifikují a ověřují hypotézy o vztazích mezi jevy. Dle Gavory (2010, s. 36) se tento druh výzkumu snaží vybírat zkoumané osoby takovým způsobem, aby co nejlépe reprezentovaly určitou populaci. Skutil (2011, s. 59) dále uvádí, že se v kvantitativní metodě výzkumu řeší jeden nebo více problémů, které navzájem souvisí a jsou propojeny. Tato výzkumná metoda se opírá o vědeckou teorii, která je východiskem pro řešení daného výzkumného problému. Můžeme tedy definovat čtyři fáze kvantitativního výzkumu a dělí je na stanovení problému, formulaci hypotéz, testování těchto hypotéz, a nakonec vyvození závěrů. Tato metoda má tedy za cíl, získat měřitelné údaje a následně je využít k testování předem stanovených hypotéz.

Hypotézy jsou základním kamenem metodologie kvantitativního výzkumu. Skutil definuje hypotézu jako tvrzení, předpoklad či podmíněný výrok o vztazích mezi dvěma či více proměnnými a jako podstatnou součást zmiňuje formulaci těchto hypotéz, která je nezbytná pro statistické zpracování dat. Hypotéza by měla být formulována stručně, pokud možno v oznamovací větě a dále by měla být ověřitelná. (Skutil, 2011, s. 60)

Pro sběr dat bylo využito metody dotazování a k výzkumnému šetření této práce byl sestaven dotazník vlastní konstrukce, který obsahoval 18 otázek (viz. příloha A). Dotazník Skutil (2011, s. 80) definuje jako jednu z nejrozšířenějších pedagogických výzkumných technik, kde je dotazníkem myšlen psaný soubor otázek, na které

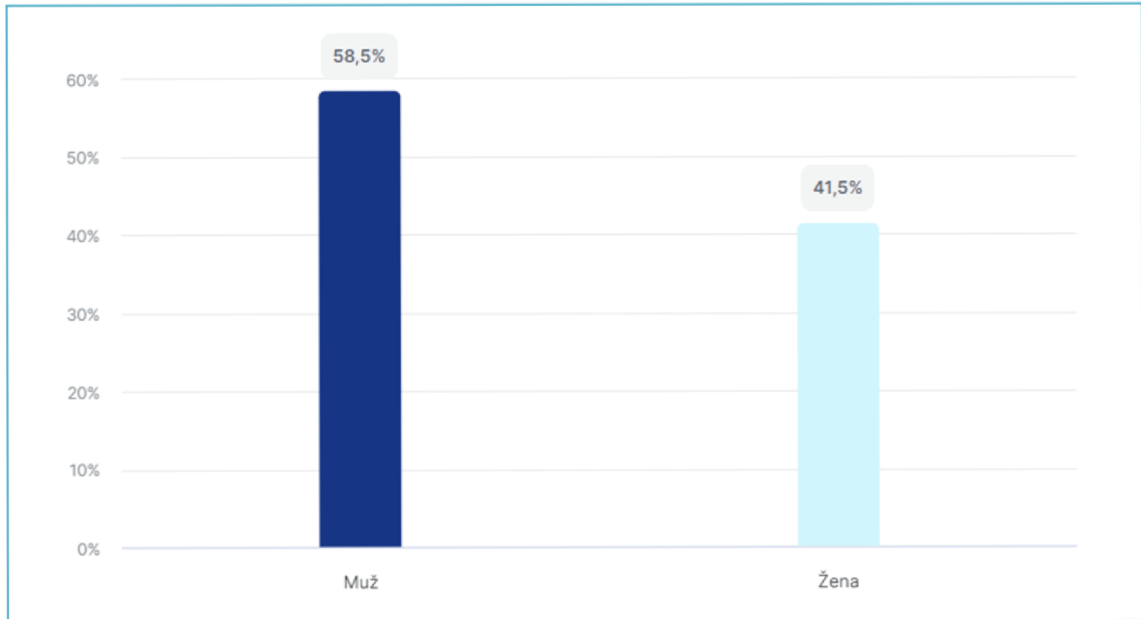
respondent odpovídá. Gavora (2010, s. 121) uvádí, že správně sestavený dotazník má mít jasně stanovený cíl, který musí být dostatečně konkrétní. V rámci tohoto výzkumu byl dotazník vytvořen formou dotazníku vlastní konstrukce. Veškeré otázky byly z typologického hlediska dichotomického charakteru, tedy uzavřené. Respondent měl tedy možnost vybrat jednu z možností.

Vzhledem k tomu, že se tato práce zabývá problematikou nových médií a jejich působením na mládež, výzkumný soubor této práce tvořila mládež, která se v prostředích médií pohybuje běžně. Dotazník byl vytvořen prostřednictvím společnosti Survio, která poskytuje služby pro tvorbu a distribuci online dotazníků na internetové doméně survio.com. Výzkumný soubor byl zvolen pro věkovou kategorii mládeže od 15 do 21 let a samotné výzkumné šetření probíhalo formou online. Dotazníky byly distribuovány prostřednictvím emailu a byly umístěny na sociální sítě, které jsou mládeži velice frekventovaně využívány. Výzkumné šetření probíhalo v období listopad 2022–leden 2023 a dotazník vyplnilo celkem 147 respondentů (86 mužů, 61 žen). Tito respondenti byli předem informováni o anonymitě dotazníku.

5.3 Výsledky výzkumného šetření

Otázka č. 1: Jaké je Vaše pohlaví?

Graf 1: Pohlaví respondentů

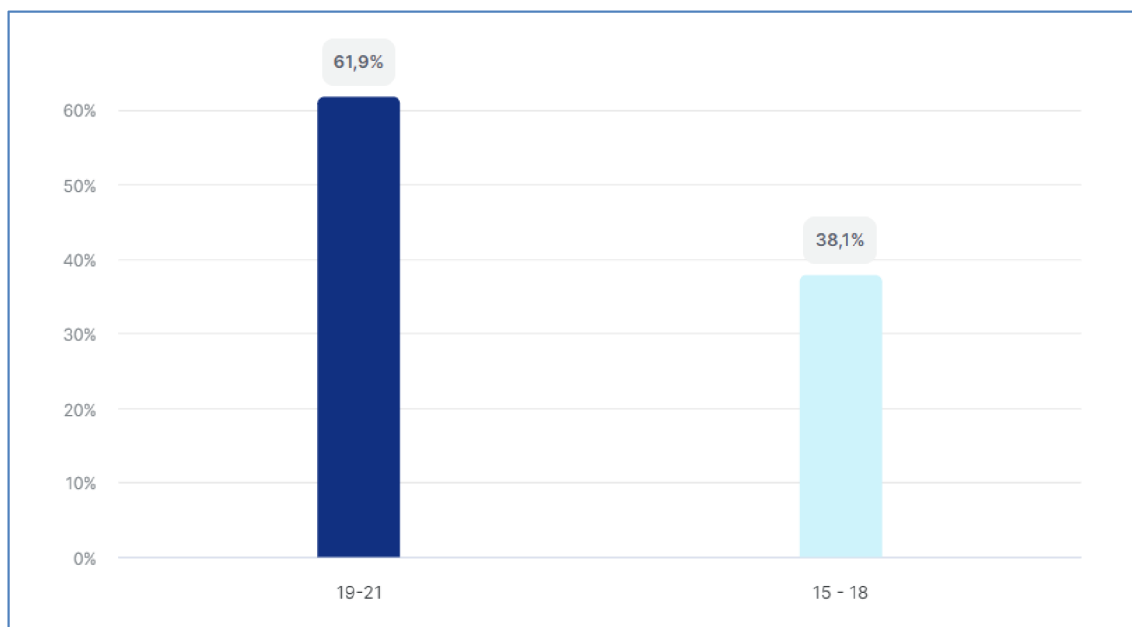


Zdroj: Vlastní výzkum, 2023

Graf 1 znázorňuje zastoupení pohlaví respondentů ve výzkumném šetření. Z celkového počtu 100 % (147) respondentů bylo 58,5 % (86) mužů a 41,5 % (61) žen.

Otázka č. 2: Kolik Vám je let?

Graf 2: Věková kategorie respondentů

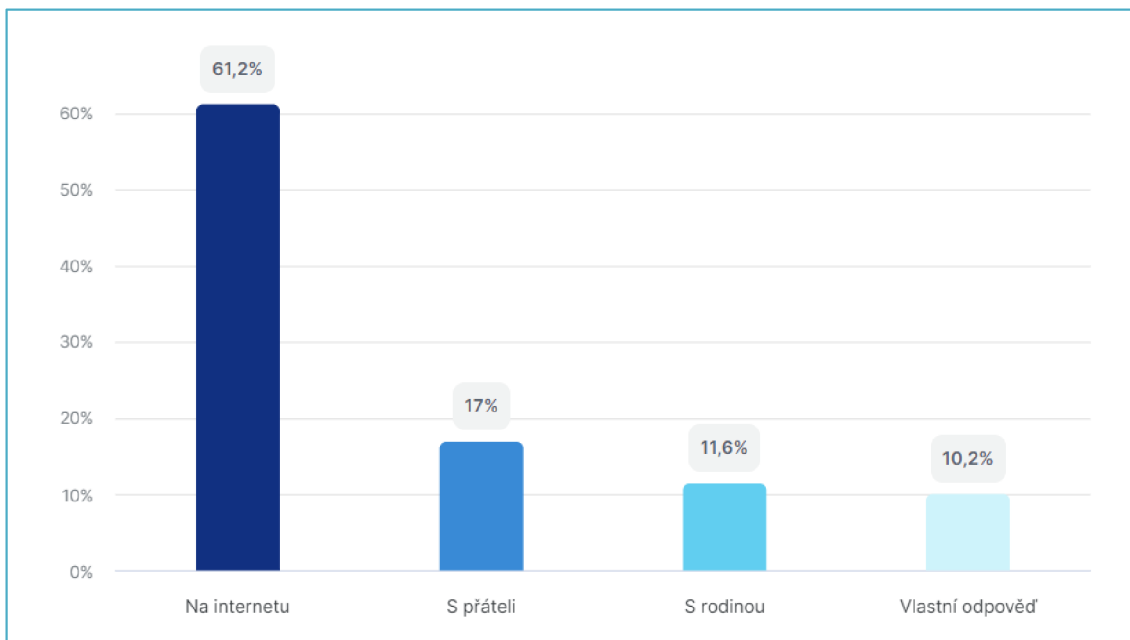


Zdroj: Vlastní výzkum, 2023

Graf 2 znázorňuje, jaké věkové kategorie respondenti jsou. Největší zastoupení měla věková kategorie 19-21 let, tedy vyjádřeno procenty 61,9 % (91). Druhé největší zastoupení měla kategorie 15-18 let, což z celkového počtu respondentů činilo 38,1 % (56).

Otázka č. 3: Který z uvedených způsobů trávení volného času preferujete?

Graf 3: Preference trávení volného času

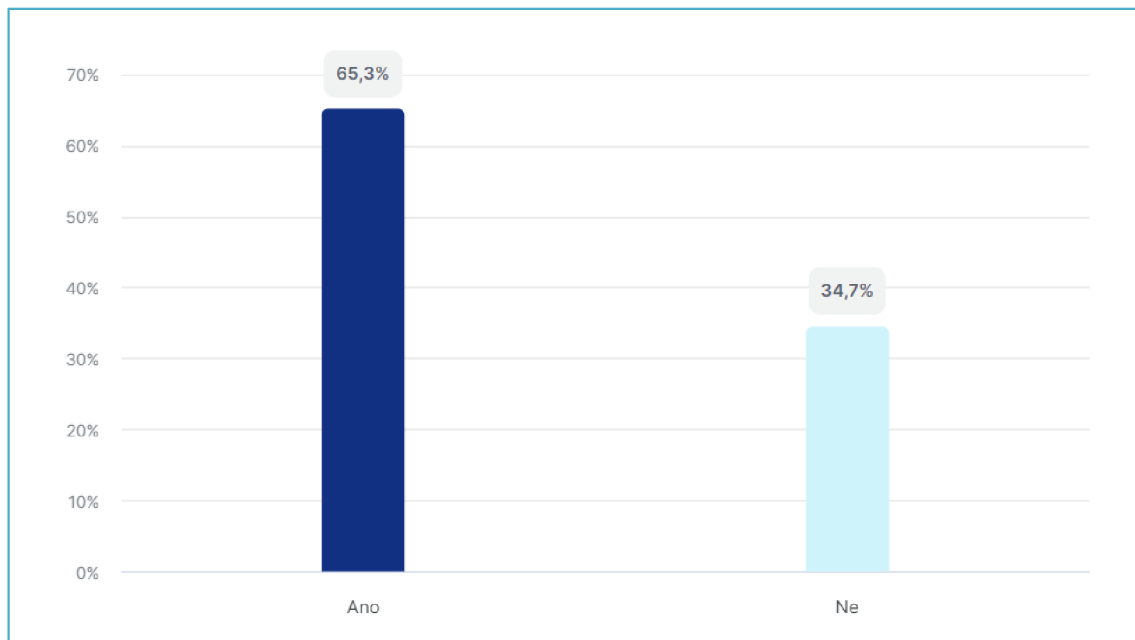


Zdroj: Vlastní výzkum, 2023

Graf 3 ukazuje, kterou z uvedených variant trávení volného času respondenti preferují. Dominantním zástupcem pro trávení volného času je dle odpovědí respondentů trávení volného času „na internetu“, kde tuto odpověď volilo 61,2 % (90) respondentů. Následuje odpověď „s přáteli“, kterou preferuje 17 % (25) respondentů. Možnost preference trávení volného času „s rodinou“ volilo 11,6 % (17) respondentů. Zbylých 10,2 % (15) respondentů by preferovalo trávit volný čas jiným způsobem a v možnosti „vlastní odpověď“ se objevily odpovědi jako: „spánek či nicnedělání“. Skutečnost, která vyplývá z tohoto grafu potvrzuje hypotézu **H1: Více než 60% současné mládeže považuje nová média za důležité prostředí pro trávení volného času.**

Otázka č. 4: Dáváte přednost strávit víc času na internetu, než si vyrazit s ostatními ven?

Graf 4: Upřednostnění trávení času na internetu nebo venku

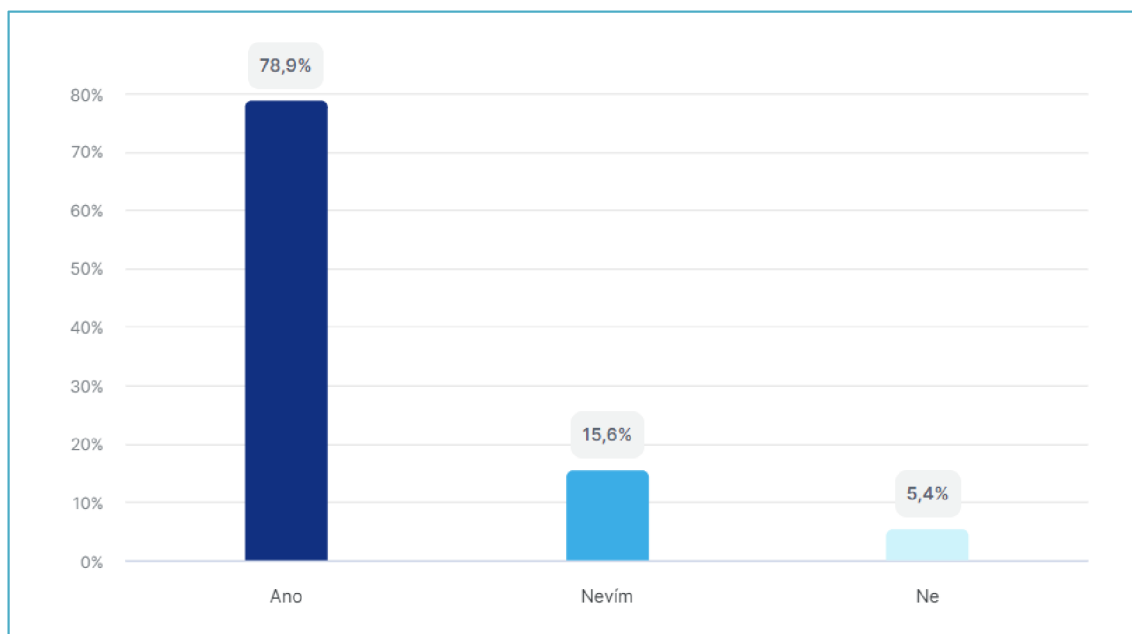


Zdroj: Vlastní výzkum, 2023

Graf 4 znázorňuje, zda respondenti upřednostňují trávit více svého času na internetu, nebo spíše preferují vyrazit si s ostatními ven. Z výsledků je patrné že 65,3 % (96) respondentů upřednostňují trávit svůj čas spíše na internetu před možností trávit čas venku. Možnost vyrazit si ven s ostatními zvolilo 34,7 % (51) respondentů. Zde se opět potvrzuje hypotéza **H1: Více než 60% současné mládeže považuje nová média za důležité prostředí pro trávení volného času.**

Otázka č. 5: Hrají nová média (internet) důležitou roli ve Vašem volném čase?

Graf 5: Důležitost role nových médií ve volném čase v životě mládeže

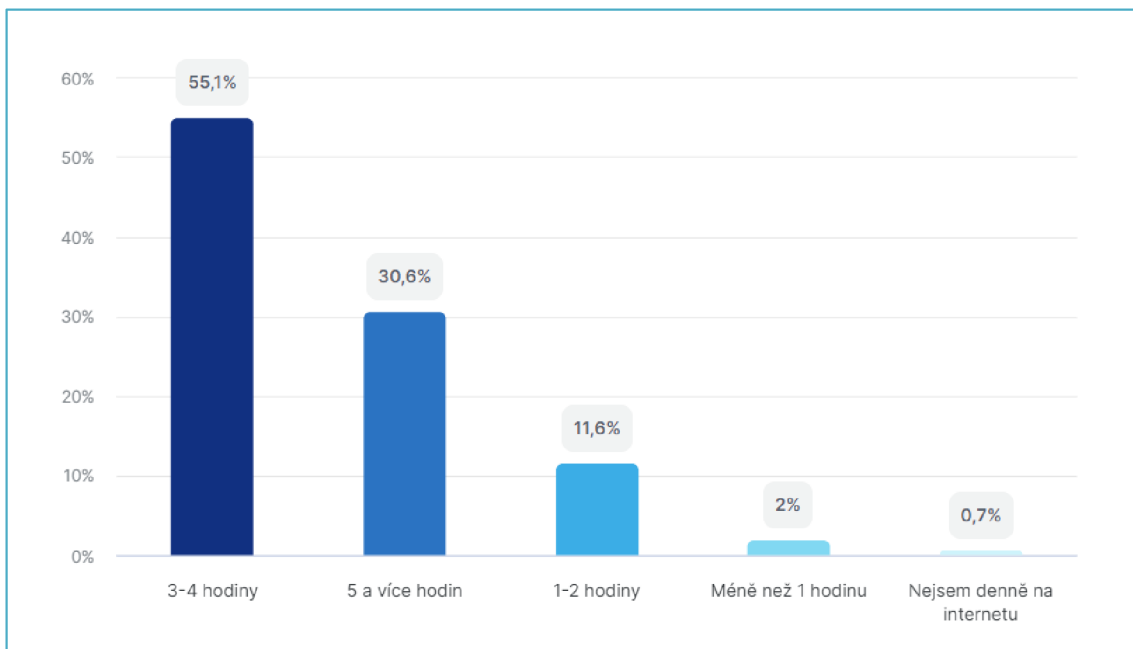


Zdroj: Vlastní výzkum, 2023

Graf 5 zobrazuje, zda jsou nová média (internet) důležitým zástupcem v rámci trávení volného času mládeže. Nová média pro trávení volného času za důležitá považuje 78,9 % (116) respondentů. Druhou nejčastější odpovědí bylo „nevím“, kdy tuto odpověď zvolilo 15,6 % (23) respondentů. Nejméně častou odpovědí byla odpověď ne, která byla zvolena 5,4 % (8) respondenty. Zde se tedy znovu potvrzuje hypotéza **H1: Více než 60% současné mládeže považuje nová média za důležité prostředí pro trávení volného času.**

Otázka č. 6: Jak dlouhou dobu strávíte denně na internetu?

Graf 6: Množství času, které mládež stráví denně na internetu

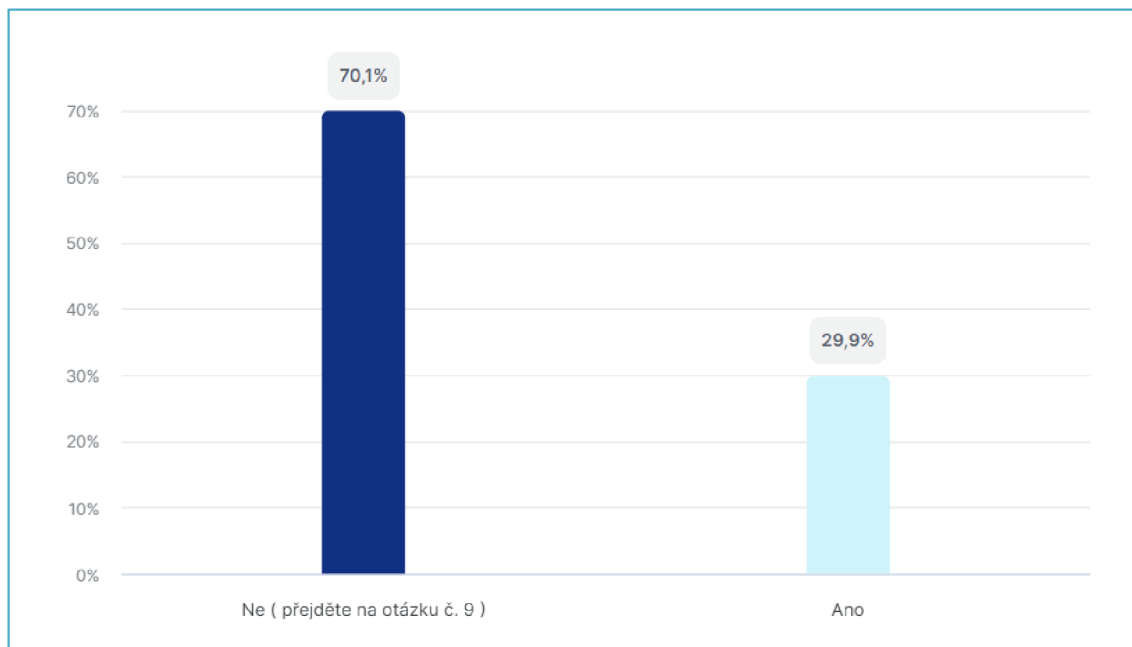


Zdroj: Vlastní výzkum, 2023

Graf 6 zobrazuje, kolik hodin denně současná mládež tráví na internetu. Nejvíce respondentů zvolilo možnost 3-4 hodiny, a to 55,1 % (81). Druhou nejvíce zvolenou možností je pak 5 a více hodin, kterou vybralo 30,6 % (45) respondentů. Možnost 1-2 hodiny zvolilo 11,6 % (17) a méně než 1 hodinu 2 % (3). Možnost „Nejsem denně na internetu“ zvolilo 0,7 % (1), tedy jeden respondent. Tuto skutečnost lze považovat za znak závislostního chování. Tento graf tedy potvrzuje **H2: Více než polovina současné mládeže vykazuje určité znaky závislostního chování v prostředí nových médií.**

Otázka č. 7: Platíte za zábavní obsah na internetu?

Graf 7: Monetizace zábavního obsahu na internetu

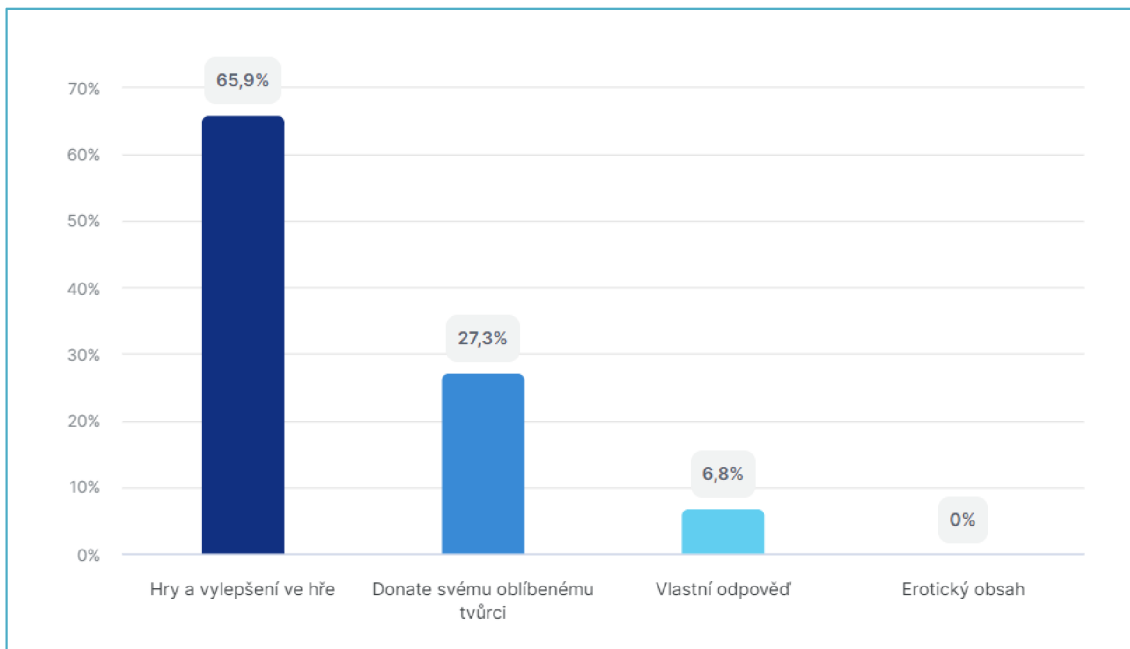


Zdroj: Vlastní výzkum, 2023

Graf 7 vyznačuje, zda je současná mládež ochotná platit za zábavní obsah na internetu. Většina respondentů, tedy 70,1 % (104), není ochotná platit za zábavní obsah na internetu. Možnost „ano“, tedy ochotu platit za zábavní obsah na internetu, zvolilo 29,9 % (44) respondentů. Tento graf tedy vyvrací **H3: Pro více než polovinu současné mládeže je běžné, platit za zábavní obsah na internetu.**

Otázka č. 8: Pokud platíte za zábavní obsah na internetu, za který z níže uvedených utrácíte nejčastěji?

Graf 8: Nejčastěji placený zábavní obsah na internetu

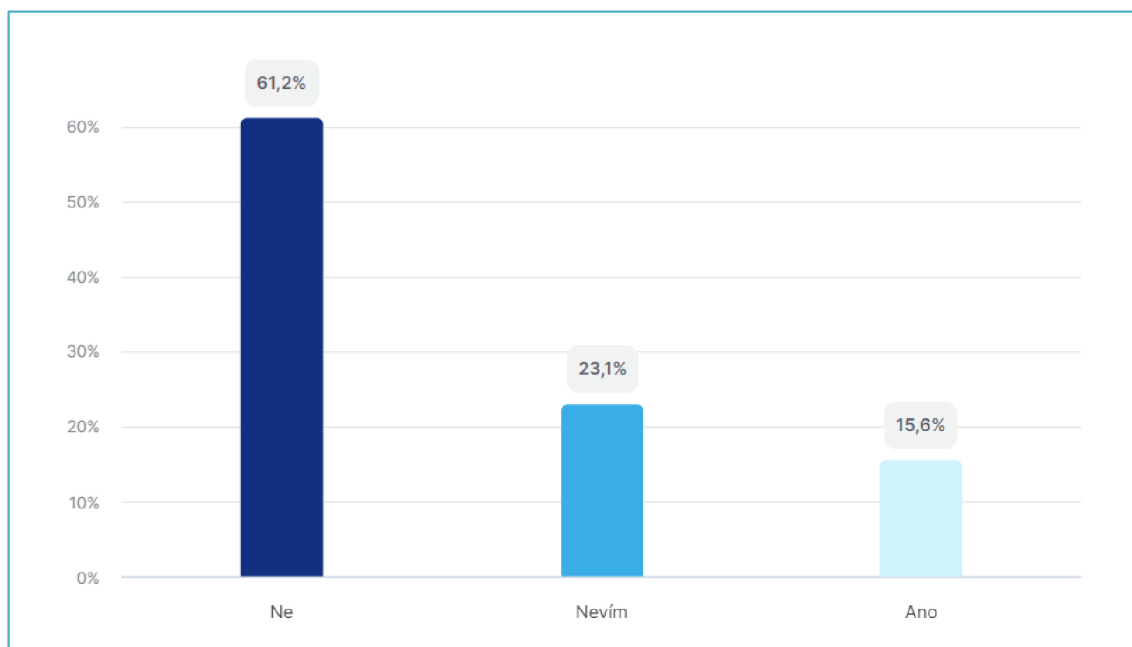


Zdroj: Vlastní výzkum, 2023

Graf 8 uvádí preference obsahu, za který je mládež ochotna zaplatit. Z celkového počtu respondentů, kteří jsou ochotni platit za internetový obsah (44) jsou nejčastěji placeným zábavním obsahem hry a vylepšení ve hrách. Tuto možnost zvolilo 65,9 % (29) respondentů. Druhým nejčastěji placeným zábavním obsahem na internetu je donate (finanční příspěvek) oblíbeném tvůrci zábavního obsahu na internetu. Tuto možnost zvolilo 27,3 % (12) respondentů. 6,8 % (3) si zvolilo „vlastní odpověď“, kde byli jako nejčastěji placený obsah uvedeny internetové televize. Možnost zaplatit za erotický obsah nezvolil žádný z respondentů, tedy 0 % (0). Tento graf, který navazuje na graf 7 tedy také vyvrací **H3: Pro více než polovinu současné mládeže je běžné, platit za zábavní obsah na internetu.**

Otázka č. 9: Probíhají/probíhaly ve Vaší škole hodiny mediální výchovy?

Graf 9: Realizace výuky mediální výchovy

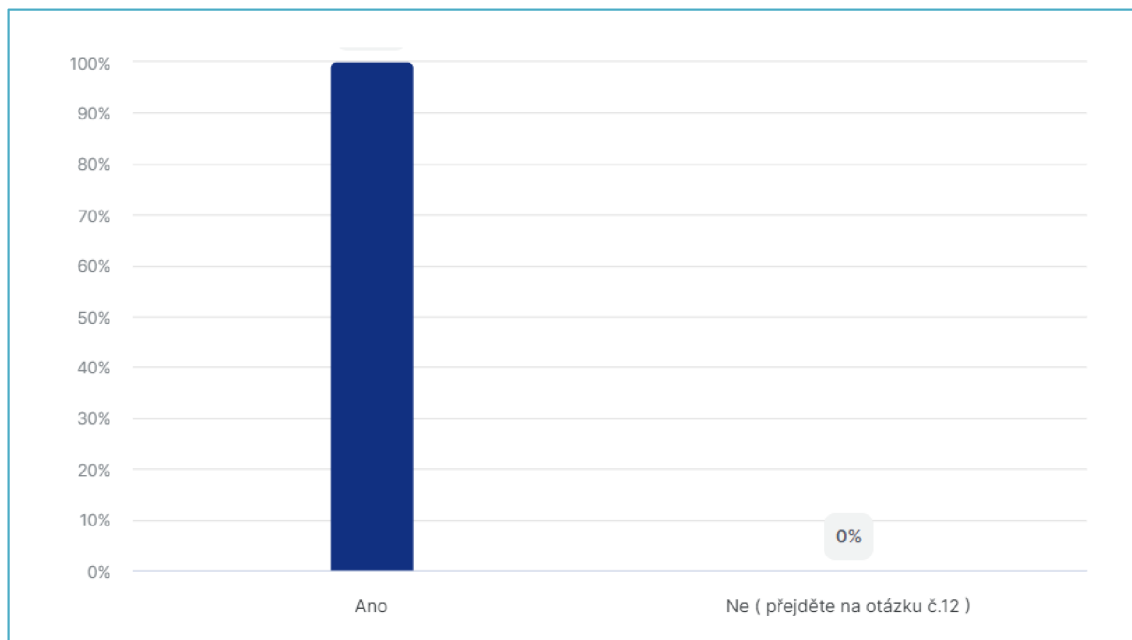


Zdroj: Vlastní výzkum, 2023

Graf 9 vyznačuje, zda se zkoumaná mládež setkala s výukou mediální výchovy na své škole. Nepřítomnost výuky mediální výchovy na škole zvolilo 61,2 % (90) respondentů. 23,1 % (34) respondentů odpovědělo „nevím“ a 15,6 % (23) respondentů uvedlo, že se s výukou mediální výchovy ve škole setkala. Tento graf tedy potvrzuje **H6: Více než 60% mládeže není kontrolováno, jaký obsah na internetu sleduje.**

Otázka č. 10: Setkali jste se na internetu s nevhodným obsahem?

Graf 10: Přítomnost nevhodného obsahu na internetu

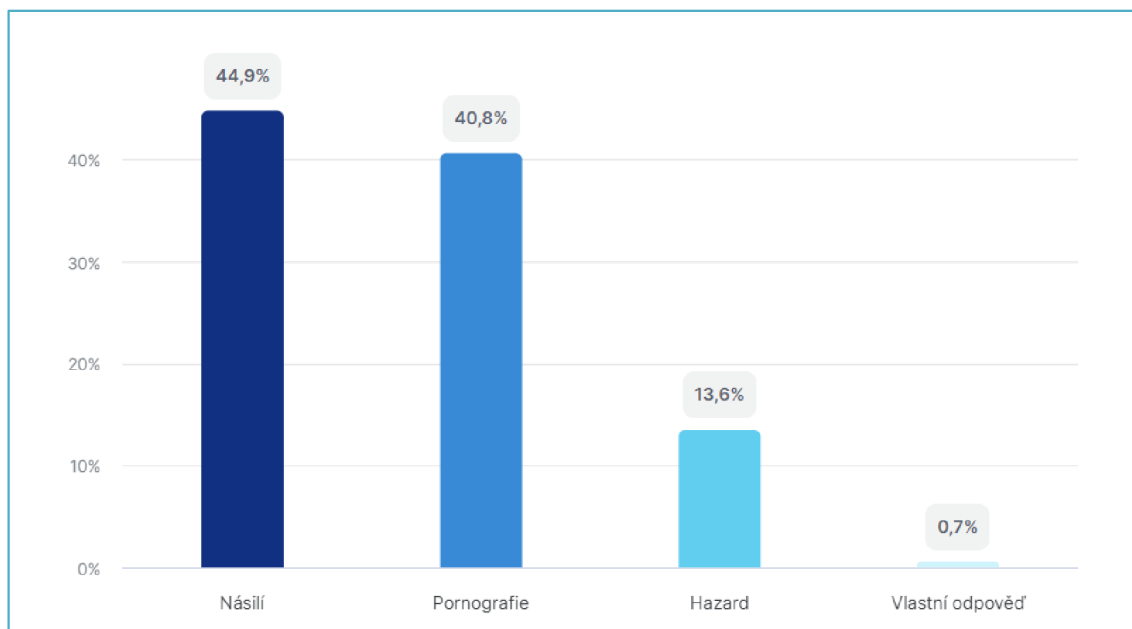


Zdroj: Vlastní výzkum, 2023

Graf 10 uvádí, zda se zkoumaná mládež setkala s nevhodným obsahem na internetu. Z grafu je tedy patrné, že s nevhodným obsahem na internetu se mládež setkala, a to ve 100 % (147) zastoupení zvolené odpovědi „ano“. Potvrzuje se tedy **H4: Více než 40 % současné mládeže bylo vystaveno nevhodnému obsahu na internetu.**

Otázka č. 11: Který z uvedených nevhodných obsahů byl nejčastější, se kterým jste se setkávali?

Graf 11: Druhy nevhodného obsahu na internetu

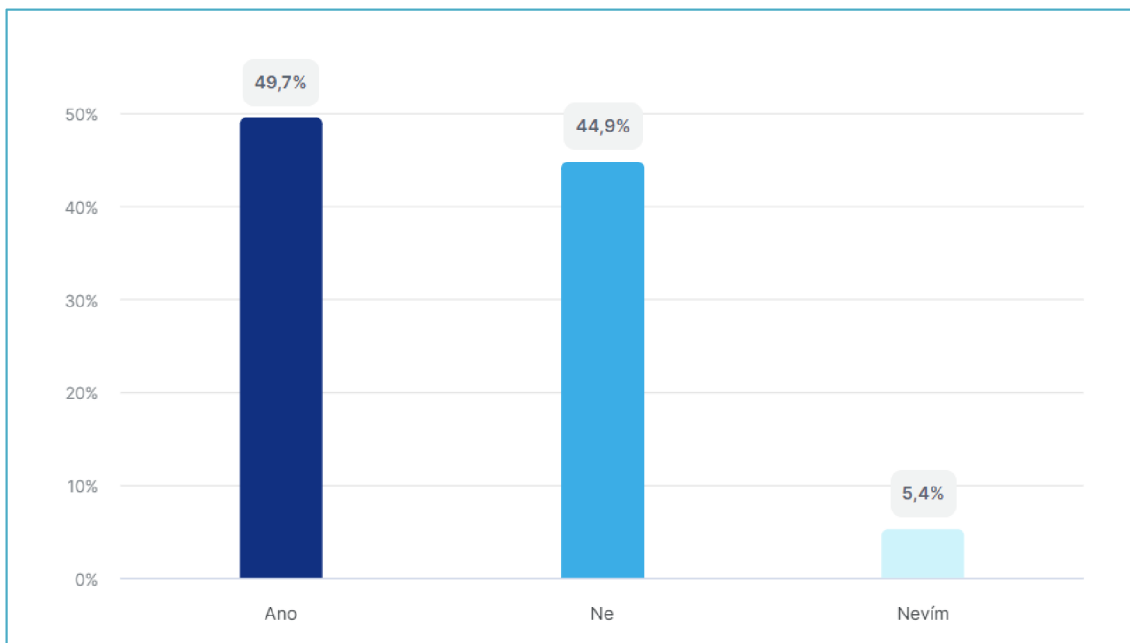


Zdroj: Vlastní výzkum, 2023

Graf 11 značí, s jakým druhem nevhodného obsahu na internetu se mládež nejčastěji setkává. Zde měli respondenti k dispozici pouze uzavřenou odpověď a zvolili své preference. Nejpreferovanější odpovědí respondentů bylo „násilí“, takto odpovědělo 44,9 % (66) respondentů. Další preferovanou odpovědí byla „pornografie“ s 40,8 % (60). 13,6 % (20) respondentů zvolilo odpověď „hazard“. Možnost „vlastní odpověď“ zvolilo 0,7 % (1), tedy jeden respondent. Tento graf tedy potvrzuje **H4: Více než 40 % současné mládeže bylo vystaveno nevhodnému obsahu na internetu.**

Otázka č. 12: Byli jste někdy obětí kyberšikany?

Graf 12: Mládež jako oběť kyberšikany

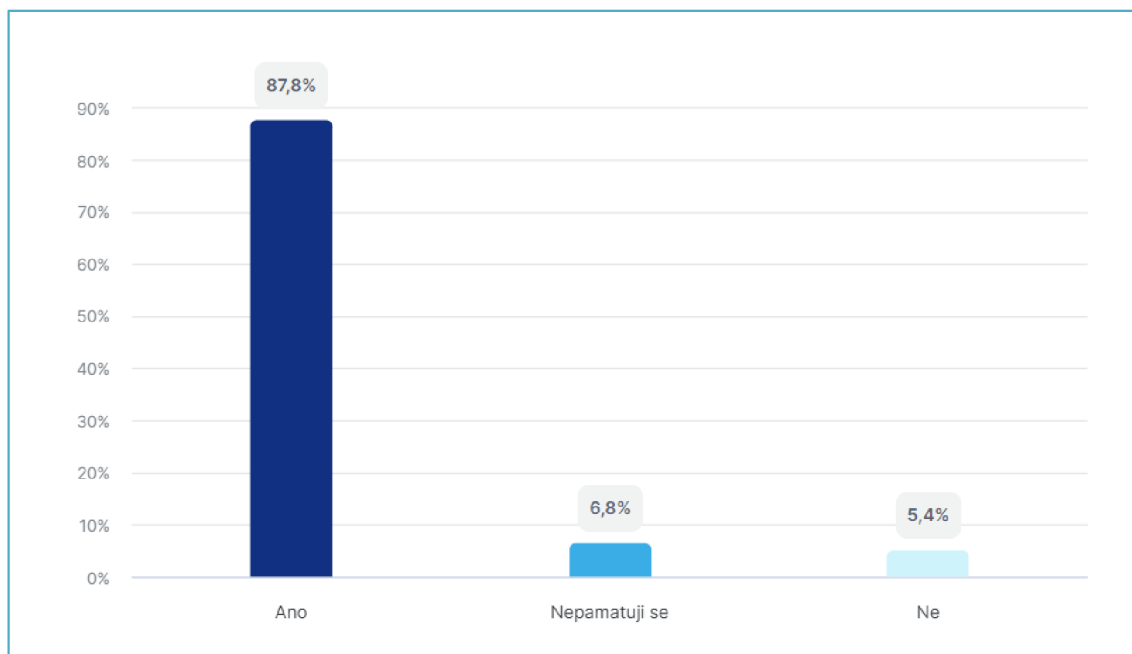


Zdroj: Vlastní výzkum, 2023

Graf 12 znázorňuje, zda byla zkoumaná mládež již někdy v minulosti obětí kyberšikany. Největší část respondentů, 49,7 % (73), odpověděla, že se v minulosti obětí šikany stala. Naopak 44,9 % (66) respondentů uvádí, že se v minulosti obětí kyberšikany nestali. Možnost „nevím“ zvolilo 5,4 % (8) respondentů. Proto tento graf potvrzuje **H5: Více než 40% mládeže negativně ovlivňuje působení v kyberprostoru běžný život (život off-line).**

Otázka č. 13: Odsouhlasili jste někdy na internetových stránkách přístup od 18 let, aniž by vám bylo 18 let?

Graf 13: Odsouhlasení přístupu internetových stránek pro zletilé v nezletilosti

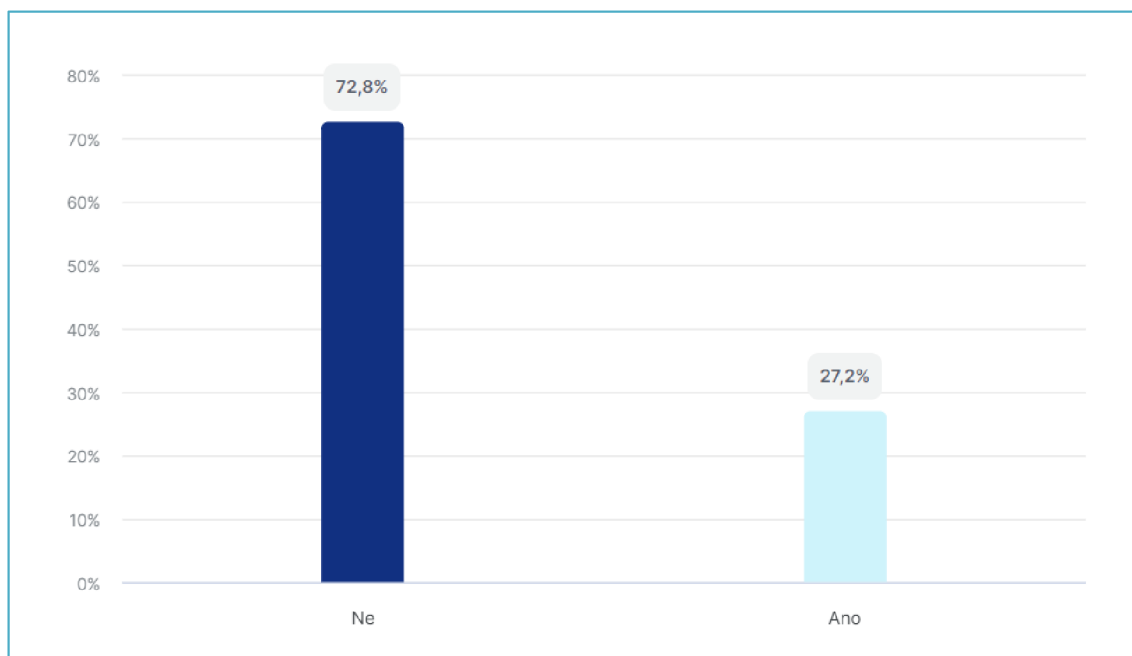


Zdroj: Vlastní výzkum, 2023

Na grafu 13 je vyobrazeno, jaká část respondentů odsouhlasila vstup potvrzující o prohlášení zletilosti v době, kdy zletilosti ještě nedovršili. Z grafu je tedy evidentní, že 87,8 % (129) respondentů navštívilo internetové stránky, které pro ně v daný okamžik byly nepřístupné. 6,8 % (10) zvolilo odpověď „nepamatuji se“ a 5,4 % (8) respondentů odpovědělo, že internetové stránky, určené pro zletilé ve své nezletilosti nenavštívili. Tento graf potvrzuje **H6: Více než 60% mládeže není kontrolováno, jaký obsah na internetu sleduje.**

Otázka č. 14: Zajímají se rodiče o to, čemu se na internetu věnujete?

Graf 14: Zájem rodičů o sledovaný obsah mládeže na internetu

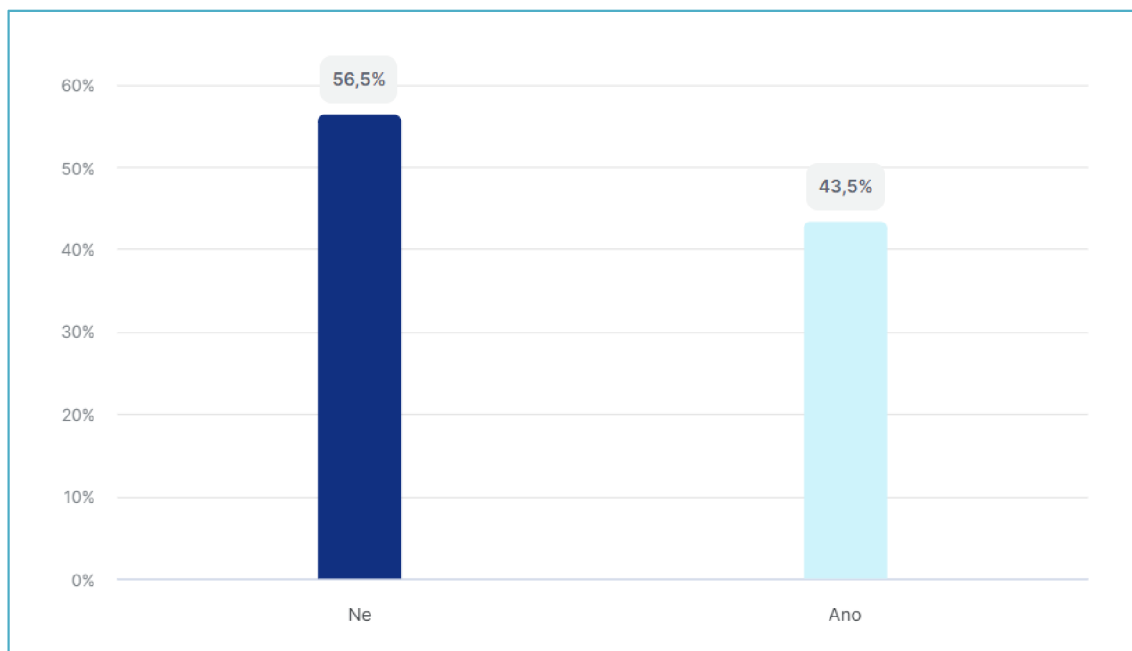


Zdroj: Vlastní výzkum, 2023

Graf 14 zobrazuje, zda se rodiče současné mládeže zajímají o to, jaký obsah tato mládež prostřednictvím nových médií konzumuje. 72,8 % (107) respondentů uvedlo, že se jejich rodiče nezajímají o to, jaký obsah na internetu sledují. Naproti tomu 27,2 % (40) respondentů uvedlo, že se rodiče zajímají o to, co prostřednictvím nových médií sledují. Potvrzuje se tedy **H6: Více než 60% mládeže není kontrolováno, jaký obsah na internetu sleduje.**

Otázka č. 15: Setkali jste se někdy s nabídkou hrát hazardní hry na sociálních sítích?

Graf 15: Hazardní hry na sociálních sítích

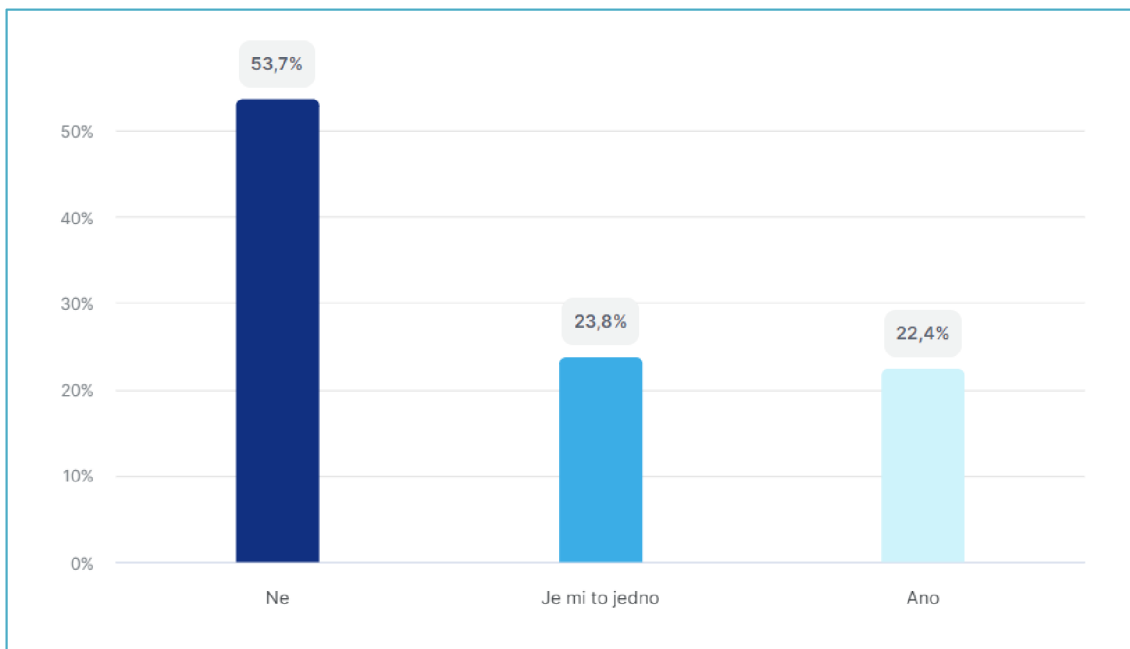


Zdroj: Vlastní výzkum, 2023

Graf 15 značí, zda se současná mládež setkala prostřednictvím sociálních sítí s nabídkou hrát hazardní hry. 56,5 % (83) respondentů uvádí, že se s touto nabídkou na sociálních sítích neseťkali. Naopak s nabídkou hrát hazardní hry, která byla zprostředkována sociálními sítěmi, se setkalo 43,5 % (64) respondentů. Zde se opět potvrzuje **H4: Více než 40% současné mládeže bylo vystaveno nevhodnému obsahu.**

Otázka č. 16: Cítíte se dobře, když jste off-line?

Graf 16: Mládež a její reakce na off-line prostředí

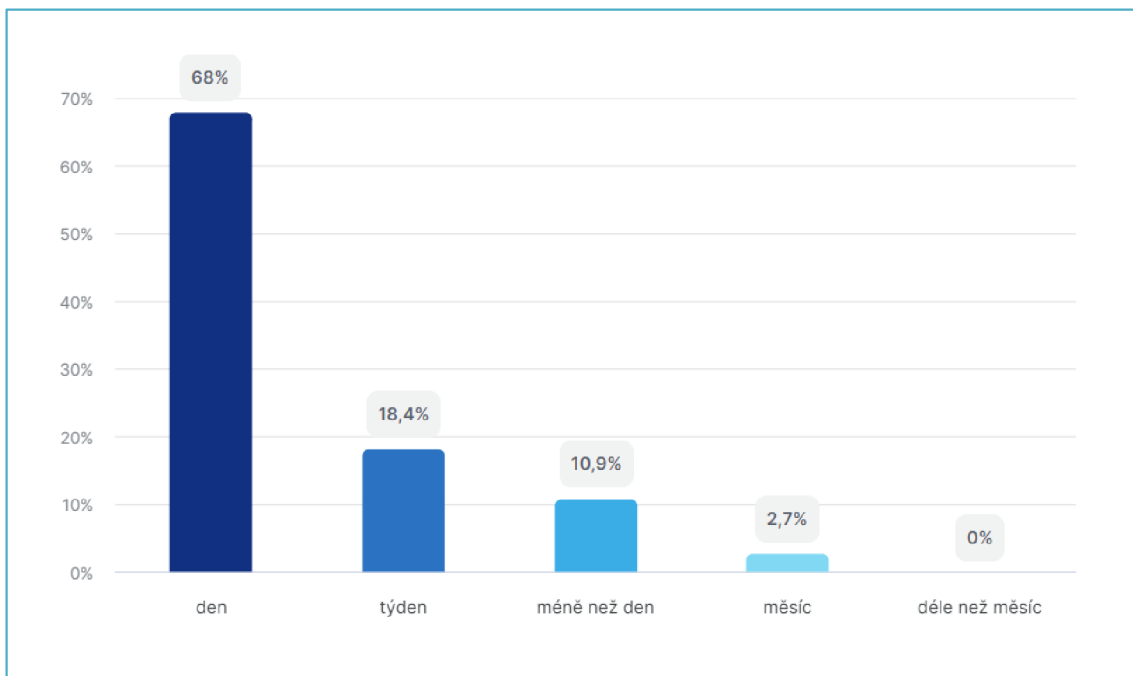


Zdroj: Vlastní výzkum, 2023

Graf 16 znázorňuje, zda se současná mládež cítí dobře v případě, že není připojená k internetu. 53,7 % (79) respondentů uvádí, že v případě možnosti být off-line (nepřipojen) se necítí dobře. Odpověď „je mi to jedno“ zvolilo 23,8 % (35) respondentů. 22,4 % (33) respondentů naopak uvádí, že v případě možnosti být nepřipojen k internetu se cítí dobře. Tento graf potvrzuje **H5: Více než 40% mládeže negativně ovlivňuje působení v kyberprostoru běžný život (život off-line)**. Tuto skutečnost lze také považovat za znak závislostního chování, proto zároveň potvrzuje **H2: Více než polovina současné mládeže vykazuje určité znaky závislostního chování v prostředí nových médií**.

Otázka č. 17: Jak dlouho byste vydrželi bez internetového připojení?

Graf 17: Doba strávená bez internetového připojení

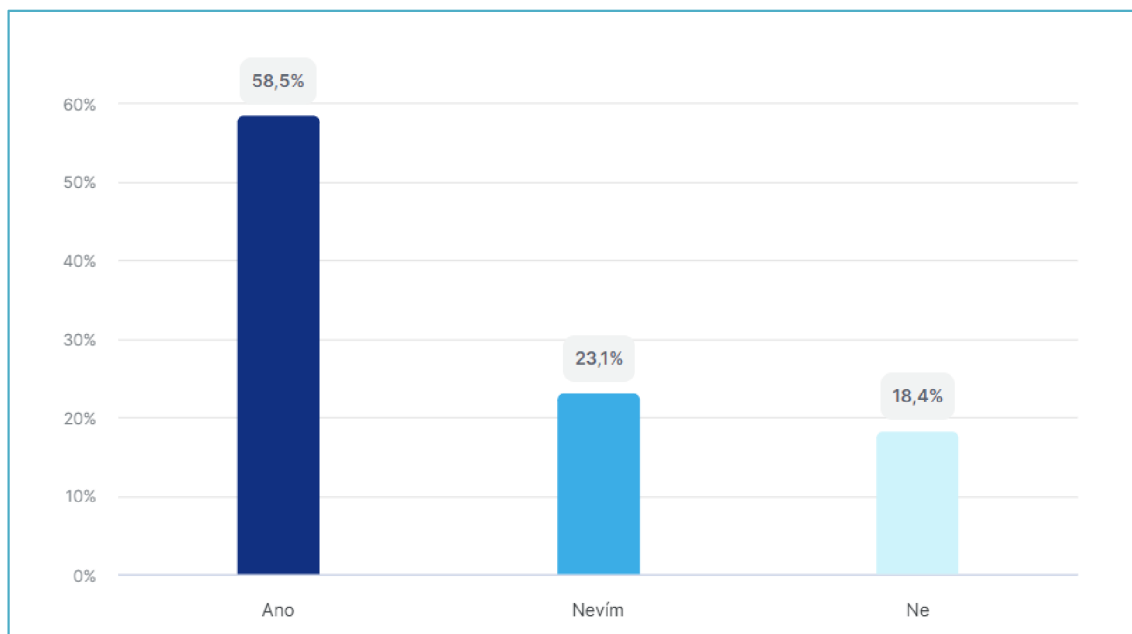


Zdroj: Vlastní výzkum, 2023

Graf 17 zobrazuje množství času, které je současná mládež schopna strávit bez internetu. Nejvíce respondentů zvolilo možnost „den“, a to celkem 68 % (100). Druhou nejvíce zvolenou možností je pak „týden“, kterou vybralo 18,4 % (27) respondentů. Možnost „méně než den“ zvolilo 10,9 % (16). Měsíc bez internetu by dokázalo být 2,7 % (4) respondentů a déle, než měsíc bez užívání internetu by nebyl schopen žádný z respondentů. Zde se potvrdila **H2: Více než polovina současné mládeže vykazuje určité znaky závislostního chování v prostředí nových médií.**

Otázka č. 18: Stalo se Vám, že čas strávený na internetu ovlivnil negativně vaše známky či plnění školních/pracovních povinností?

Graf 18: Vliv internetu na plnění školních či pracovních povinností



Zdroj: Vlastní výzkum, 2023

Graf 18 ukazuje, zda má používání internetu negativní vliv na plnění školních či pracovních povinností zkoumané mládeže. 58,5 % (86) respondentů uvedlo, že čas strávený na internetu negativně ovlivnil jejich školní prospěch či plnění školních nebo pracovních povinností. 23,1 % (34) respondentů pak zvolilo možnost „nevím“. Vliv internetu na plnění školních nebo pracovních povinností mládeže nepovažuje za negativní 18,4 % (27) respondentů. Graf tedy potvrzuje **H5: Více než 40% mládeže negativně ovlivňuje působení v kyberprostoru běžný život (život off-line).**

5.4 Shrnutí výzkumného šetření

Cílem výzkumného šetření bylo přiblížit problematiku negativního vlivu nových médií na mládež a dále konkretizovat nová média, jako jeden z faktorů ovlivňující výchovu mládeže v mediálním prostředí. Prostřednictvím stanovených hypotéz následně potvrdit, či vyvrátit domněnky o negativním vlivu nových médií na mládež, uskutečněné

na základě literatury, internetových článků či jiných výzkumů. Pro výzkumné šetření byly stanoveny dvě oblasti, pro které bylo dohromady stanoveno 6 hypotéz a dále byl sestaven dotazník vlastní konstrukce, který obsahoval 18 výzkumných otázek (viz. příloha A) dichotomického charakteru, tedy uzavřených otázek.

Výzkumný soubor byl zvolen pro věkovou kategorii mládeže od 15 do 21 let, samotné výzkumné šetření probíhalo formou online a zúčastnilo se ho 147 respondentů. Dotazníky byly distribuovány prostřednictvím emailu, společností Survio a byly umístěny na sociální sítě YouTube a Facebook, které jsou mládeží velice frekventovaně využívány.

První oblast byla zaměřena na chování současné mládeže v prostředí nových médií a byly k ní stanoveny 3 hypotézy. Z těchto hypotéz se dvě potvrdily a jedna vyvrátila. Bylo potvrzeno, že více než 60% současné mládeže považuje nová média za důležité prostředí pro trávení volného času. S tímto zjištěním můžeme porovnat například statistiky České školní inspekce, která ve své studii z roku 2017/2018 uvádí, že přibližně 60 % žáků tráví většinu svého volného času používáním různých typů médií a dále uvádí, že žáci 9. ročníku ZŠ i 2. ročníku SŠ označují internetové zpravodajství a sociální sítě za mediální zdroje, které mají nejsilnější vliv na jejich osobu. (ČŠI, 2018)

Dále bylo potvrzeno, že více než polovina současné mládeže vykazuje určité znaky závislostního chování v prostředí nových médií. Mládež se mimo dosah internetu necítí komfortně, a naopak preferuje trávit v prostředí nových médií 3 a více hodiny denně. Zajímavé je toto zjištění porovnat s evropskou studií EU Kids Online z roku 2020, která ve svém průzkumu uvádí, že 29 % dětí a mládeže vykazuje jeden nebo více příznaků spojovaných s nadměrným užíváním Internetu. Jedná se ovšem o hodnoty 19 zemí Evropské unie, tedy hodnoty průměrné (Estonsko např. 49 %). 61 % jedinců si dle průzkumu myslí, že jsou závislí na Internetu. (EU Kids Online, 2020) Zpráva o digitálních závislostech v ČR z roku 2022 také uvádí, že největší podíl osob v riziku digitální závislosti je ve věkové skupině 15-24 let (až 23 %). (drogy-info, 2022)

Během výzkumného šetření bylo vyvráceno tvrzení, že pro více než polovinu současné mládeže je běžné, platit za zábavný obsah na internetu. Toto zjištění potvrzuje analýza UniCredit Bank z roku 2016 z 20 tisíc platebních karet vlastněných mladými Čechy

ve věku 15 až 26 let. Analýza uvádí, že za zábavu je mládež ochotna utratit zhruba 21 % ze svého rozpočtu (UniCredit Bank, 2016). Průzkumu Banka Creditas z roku 2021 uvádí, že se pod utrácení mládeže podepsala také doba covidová a téměř polovina mládeže po koronavirové krizi (42 %) utrácí méně než dříve, jak ukazuje tento průzkum. (Creditas, 2021) Studie EU Kids Online IV také uvádí, že 10 % dětí a dospívajících utratilo příliš mnoho peněz za nákupy v aplikacích nebo online hrách. (EU Kids Online IV, 2017–2018)

Druhá oblast se věnovala negativnímu působení nových médií na mládež a kontrolu validity jejich obsahu. Zde byly stanoveny také tři hypotézy, jako v předchozí oblasti a všechny tyto hypotézy se potvrdily.

Potvrdilo se, že více než 40 % současné mládeže bylo vystaveno nevhodnému obsahu na internetu. Výzkum České děti v kybersvětě, který byl realizován v roce 2019 Centrem prevence rizikové virtuální komunikace a společností O2 Czech Republic u respondentů ve věku 7–7 let uvádí, že 41,29 % výzkumného souboru se na internetu setkala s kybernetickou agresí. (e-bezpečí, 2019)

Dále bylo potvrzeno, že více než 40 % mládeže negativně ovlivňuje působení v kyberprostoru běžný život (život off-line). V rámci projektu EU Kids Online IV v České republice, který v roce 2017–2018 prováděl průzkum mezi dospívajícími (15–17), bylo zjištěno, že je v posledním roce něco obtěžovalo, rozhodilo ve 40 % u dívek a ve 31 % u chlapců. (EU Kids Online IV, 2017–2018). Další průzkum, který probíhá od roku 2019 pod vedením Filozofické fakulty Univerzity Palackého v Olomouci a zabývá se vlivem internetu na adolescenty ve věku 11–19 let uvádí, že, influenceři adolescenty v určité míře ovlivňují. Názory těchto influencerů v nějaké míře přebírá 39,34 % dotazovaných. V tomto případě je velice důležité, jaké influencery mládež sleduje. (FF UP, 2019)

Poslední hypotéza této oblasti byla rovněž potvrzena. Potvrdilo se, že více než 60 % mládeže není kontrolováno, jaký obsah na internetu sleduje. S tímto tvrzením se shoduje výzkum MUNI, který se v rámci projektu EU Kids 2020 zaměřil na chování dětí z 19 zemí světa ve věku 9 až 16 let. V Česku z odpovědí respondentů vyplynulo, že s 56 % respondenty se rodiče o internetu téměř vůbec nebaví. (EU Kids Online, 2020) Dále Česká školní inspekce ve své studii z roku 2017/2018 uvádí k realizaci

mediální výchovy, že je tato problematika ve školách zahrnuta pouze jako průřezové téma v 90 % školských zařízeních a v podobě samostatného povinného či nepovinného předmětu v necelých 10 % škol. Alarmujícím ovšem je, že ačkoli je na školách realizována mediální výchova jako průřezové téma v různých předmětech, učitelé ve studii uvádí, že nezařazují témata mediální výchovy do své výuky příliš často. (ČŠI, 2018)

Závěrem lze tedy říct, že velká část mládeže vnímá prostředí nových médií jako prostředí, které je pro jejich trávení volného času velice důležité. Ovšem je podstatné také uvést, že polovina mládeže z řad respondentů vykazuje určité závislostní chování při užívání nových médií. Mládež ve více než polovině případů není ochotná platit za zábavný obsah na internetu, ovšem faktem zůstává, že prostředí nových médií se převážně monetizuje prostřednictvím pozornosti uživatelů, a ne primárně jejich penězi. Mládež také vnímá, že v prostředí nových médiích se může setkávat s nevhodným obsahem a že má na ně tento obsah v některých případech negativní vliv, i když nejsou online. Alarmující skutečností je, že většina mládeže není nijak kontrolována, jaký obsah na internetu sleduje. S rostoucím vývojem technologií, které jsou stavebním kamenem prostoru nových médií je velmi těžké určit, v jaké míře bude pokračovat působení negativního vlivu nových médií na mládež.

5.5 Návrhy a doporučení pro praxi

Nová média se postupem času stala takovým prostředím, které v životech mládeže pomalu začíná stírat rozdíly vnímání světa online a off-line. Účinným nástrojem pro minimalizování negativního vlivu nových médií na mládež je jistě komunikace. Tato komunikace by měla být vedena napříč celým spektrem společnosti. Stejně tak, jakým způsobem vedla společnost diskuze nad negativním vlivem masmédií, zprostředkovaných médií starými je zapotřebí, aby byla tato komunikace vedena i v případě masmédií, které jsou zprostředkovány médii novými. Média jsou v dnešním postavení pro mládež velice významným prostředím a jejich spoluúčast na výchově a vzdělání narůstá na významu. Hlavním a nezastupitelným komunikačním prostředníkem, který by měl mládež provést touto bezprecedentní situací, jsou rodiče

mládeže. Pokud se rodiče budou zajímat o prostředí, ve kterém se mládež nejčastěji pohybuje, mohou tak dané problematice porozumět a o některých problémech a rizicích, které prostředí nových médií generuje, s mládeží konstruktivně hovořit. Je tedy důležité, aby se rodiče v tomto dynamickém prostředí sami orientovali a zároveň si našli čas na diskuzi o jednotlivých aspektech, se kterými se mládež na internetu setkává. Tato komunikace se zároveň týká i vzdělávacích institucí a to především škol. Pokud se mediální výchova bude implementovat do RVP pouze prostřednictvím průřezových témat, mládež bude informována kuse, nedostatečně a bez hlubšího vnímání souvislostí.

V případě netolismu je vhodné využít první ratifikovaný test závislosti na internetu, sestavený Dr. Kimberly Young. Jedná se o dotazník, který má dvacet položek a měří nízký, průměrný a vysoký stupeň internetové závislosti a mohl by být běžně užívaným nástrojem alespoň k informativní diagnostice tohoto druhu závislosti. Pokud již mládež vykazuje určité znaky této závislosti, tak jako u každé jiné (i látkové) závislosti je nejlepší cestou abstinence. V tomto případě abstinence od virtuálního světa. Podstatou je spolupráce s rodiči, kteří svým působením v prostředí nových médií mohou motivovat mládež k tomu, aby je dále ne-nadužívala.

V případě kyberšikany je vhodné, aby komunikace probíhala se všemi účastníky kyberšikany. Tedy komunikace s agresorem, obětí i přihlížejícími. Hlavním činitelem této problematiky by měla být primární prevence, která by měla být vedena ať už ze strany rodičů mládeže, tak ze strany vzdělávacích institucí. Jedním z těchto preventivních nástrojů by mohla být netiketa, která bývá označována jako sada doporučení pro slušné chování v internetovém světě. Pokud se primární prevence ukáže jako neúčinná, jistě by se na problematice kyberšikany měli podílet odborníci z řad školních psychologů, popřípadě Policie ČR, jelikož je šikana v řadě případů trestnou činností.

V rámci nevhodného obsahu, který zprostředkují nová média, jsou aktuálním problémem násilné challenge, které jsou sdíleny a následně mládeží napodobovány, často v prostředí škol. Množství případů tohoto nebezpečného obsahu, který má dopad na život mládeže mimo internet přibývá a je tedy nutné, aby i školy tuto problematiku pozorně sledovaly a díky tomu včas reagovaly na daný problém formou preventivních videí, přednášek či vypracované metodiky, kterou aplikují do hodin mediální výchovy.

Násilný obsah digitálních her je v dnešní společnosti akceptovatelnou skutečností. V tomto ohledu by měl alespoň jeden z rodinných příslušníků mladistvému při hře vysvětlit, co by svým konáním ve hře způsobil ve skutečnosti a jaké by toto násilné chování ve hře mělo skutečné důsledky v reálném světě. Odborníci v rámci edukativního využití her zmiňují nejčastěji různé druhy strategických her (Civilizace) či her, které rozvíjí kreativitu a logiku (Minecraft).

Dalším nevhodným obsahem, který by měl být s mládeží komunikován je pornografický obsah. Část odborné veřejnosti se shoduje na tom, že pornografie nemusí nutně způsobovat mládeži újmu a v některých případech může být i shlednutí pornografického obsahu pro mládež edukativním prvkem. Tuto úvahu opírají o skutečnost, že prostřednictvím starých médií (v tomto případě pornografických časopisů) se mládež setkávala s pornografií běžně. Pornografický obsah nových médií má ovšem mnoho rozdílných aspektů od pornografického obsahu médií starých. Je to interaktivita, kdy se mládež do tohoto obsahu může sama zapojit (chat) a také rozmanitost pornografického obsahu, který může obsahovat např. zoofilně, nekrofilně či pedofilně orientovaný obsah. V tomto případě by bylo vhodné, aby problematika pornografického obsahu byla konzultována jak s rodinnými příslušníky mládeže, tak na půdě školy, prostřednictvím hodin sexuální výchovy. Pro provozovatele pornografických stránek by bylo řešením zprovoznění systému sofistikovanějších kontrol při vstupu na tyto internetové stránky, který by byl legislativně ošetřen.

V případě nadměrné monetizace internetového obsahu nových médií by mimo navýšení dotačních hodin pro mediální výchovu na školách měly být aplikovány také hodiny finanční gramotnosti. Opět by se rodič měl zajímat o to, za jaké služby prostřednictvím nových médií mládež utrácí peníze a zároveň se učit, že monetizace v internetovém prostředí je na první pohled zprostředkována jiným způsobem nežli korunovou měnou. Mládež bývá často zběhlejší v používání internetových peněženek a rodič tyto transakce v mnoha případech eviduje pozdě.

Nejefektivnějším řešením pro minimalizaci působení negativního vlivu nových médií na mládež by tedy především měla být komunikace. Diskutovat s mládeží o různých tématech, která se jim v prostředí nových médií nabízí. Pokud bude tato diskuze

podnětná, mládež si uvědomí, že jakýkoliv problém, se kterým se na internetu setká, může komunikovat s člověkem, kterému důvěřuje.

ZÁVĚR

Cílem bakalářské práce bylo analyzovat využívání nových médií, se zaměřením na negativní vliv tohoto prostředí na mládež. Teoretická část práce definovala faktory, které utváří osobnost jedince a také definovala nová média jako jeden z těchto faktorů. Dále teoretická část práce charakterizovala nová média, jejich vývoj a vliv. Závěr této části Bakalářské práce se věnoval jednotlivým patologickým jevům, kterým je mládež denně vystavována působením v prostředí nových médií.

V praktické části práce bylo provedeno výzkumné šetření, zaměřené na negativní vliv nových médií na mládež. Výzkumné šetření bylo uskutečněno prostřednictvím kvantitativní metody a zprostředkováno formou anonymního internetového dotazníku. Průběh výzkumu poukázal na jisté nedostatky. Respondenti, kteří se zúčastnili výzkumného šetření, byli v relativně velkém věkovém rozpětí, což mohlo ovlivnit validitu některých ze zkoumaných hypotéz výzkumu. Termín mládež je v odborné literatuře definován několika způsoby, a proto by v této sociologické skupině měla proběhnout jistá redefinice, na které se odborná veřejnost shodne.

Nová média se v životech dětí a mládeže stávají velice důležitým exogenním prostředím. Pro mnohé ze starších generací může být toto prostředí velice nečitelné, vzhledem k tomu, že je neuvěřitelně pružné a vyvíjí se vekou rychlostí. Je tedy komplikované se v prostředí nových médií efektivně zorientovat, předávat zkušenosti mladším generacím a stát se jim průvodcem v prostředí, které je bezprecedentním způsobem ovlivňuje. Zajímavým aspektem výzkumného šetření byla skutečnost, že většina mládeže není ochotná za zábavný obsah na internetu platit. Ovšem platba za zábavný obsah nemusí být zpravidla zprostředkována financemi. Finance jsou v případě prostoru nových médií čas, pozornost, odběry, lajky a sledování.

Jedinec mnohdy v prostředí internetu ztrácí pojem o čase, zkresluje si realitu a je vystaven nevhodnému obsahu, který má vliv na jeho chování v reálném životě.

Klíčem této problematiky je jistě informovanost a komunikace, která by měla probíhat mezi třemi hlavními subjekty. Jedincem, který se v prostředí nových médií pohybuje, jeho rodinou a vzdělávací institucí. Pokud spolu tyto tři subjekty nebudou komunikovat, rychlost vývoje nových médií již nebude ku prospěchu společnosti.

V rámci této problematiky by se dále mohla prozkoumat řada dalších oblastí. Například konkretizovat dopady sociální sítě TikTok, která se svým progresem stala jednou z nejvýznamnějších sociálních sítí současnosti, ovšem kromě zábavného obsahu je také zdrojem násilného, či jinak nevhodného obsahu, jehož dopady na děti a mládež můžeme pozorovat již dnes. Také by se mohla prozkoumat oblast informovanosti rodičů. Zda mají povědomí o negativních vlivech nových médií a jakým způsobem o této problematice komunikují se svým dítětem.

Výsledky výzkumného šetření by mohly sloužit jako studijní materiál nejen pro pedagogické i nepedagogické pracovníky, ale hlavně pro mladistvé a jejich rodiny. Prevence je totiž v oblasti nových médií klíčová.

SEZNAM POUŽITÝCH ZDROJŮ

Seznam použitých českých zdrojů

- DOČEKAL, D., A. HARRIS, L. HEBER a J. MULLER, 2019. *Dítě v síti: Manuál pro rodiče a učitele, kteří chtějí rozumět digitálnímu světu mladé generace*. Praha: Mladá fronta. ISBN 978-80-204-5145-3.
- FIŠER, S. a J. ŠKODA, 2014. *Sociální patologie*. Druhé. Praha: Grada Publishing. ISBN 978-80-247-9417-4.
- JIRÁK, J. a B. KÖPPLOVÁ, 2007. *Média a společnost*. Vyd. 2. Praha: Portál. ISBN 978-80-7367-287-4.
- KOHOUT, K., 2007. *Základy obecné pedagogiky*. Vyd. 2. Praha: Univerzita Jana Amose Komenského Praha. ISBN 9788086723389.
- KVĚTON, P., 2020. *Hraní videoher v dětství a dospívání: dopady a souvislosti v sociálně-psychologické perspektivě*. Praha: Grada. Psyché (Grada). ISBN 978-80-271-2887-7.
- LANGMEIER, J. a D. KREJČÍŘOVÁ, 2006. *Vývojová psychologie*. 2., aktualiz. vyd. Praha: Grada. Psyché (Grada). ISBN 978-80-247-1284-0.
- LOSEKOOT, M. a E. VYHNÁNKOVÁ, 2019. *Jak na síť: ovládněte čtyři principy úspěchu na sociálních sítích*. V Brně: Jan Melvil Publishing. Žádná velká věda. ISBN 978-80-7555-084-2.
- MUSIL, J., 2010. *Sociální a mediální komunikace*. Praha: Univerzita Jana Amose Komenského. ISBN 978-80-7452-002-0.
- PUGNEROVÁ, M. a J. KVINTOVÁ, 2016. *Přehled poruch psychického vývoje*. Praha: Grada. Psyché (Grada). ISBN 978-80-247-5452-9.
- SAK, P., 2000. *Proměny české mládeže: česká mládež v pohledu sociologických výzkumů*. Praha: Petrklíč. ISBN 80-7229-042-8.
- SKUTIL, M., 2011. *Základy pedagogicko-psychologického výzkumu pro studenty učitelství*. Praha: Portál. ISBN 978-80-7367-778-7.

- ŠEVČÍKOVÁ, A., 2014. *Děti a dospívající online: vybraná rizika používání internetu*. Praha: Grada. Psyché (Grada). ISBN 978-80-247-5010-1.
- URBAN, L., 2006. *Sociologie*. Praha: Eurolex Bohemia. ISBN 80-868-6145-7.
- VACÍNOVÁ, M., D. TRPIŠOVSKÁ a M. FARKOVÁ, 2010. *Psychologie*. Vyd. 2., rozš. Praha: Univerzita Jana Amose Komenského. ISBN 9788074520082.
- VÁGNEROVÁ, M., 2012. *Vývojová psychologie: dětství a dospívání*. Vydání druhé, doplněné a přepracované. Praha: Karolinum. ISBN 978-80-246-2153-1.

Seznam použitých zahraničních zdrojů

- GAVORA, P., 2010. *Úvod do pedagogického výzkumu*. 2., rozš. české vyd. Brno: Paido. ISBN 978-80-7315-185-0.
- SPITZER, M., 2014. *Digitální demence: jak připravujeme sami sebe a naše děti o rozum*. Brno: Host. ISBN 978-80-7294-872-7.
- SPITZER, M., 2016. *Kybernemoc!: jak nám digitalizovaný život ničí zdraví*. Brno: Host. ISBN 978-80-7491-792-9.
- ZIMBARDO, P. a N. COULOMBE, 2017. *Odpojený muž: jak technologie připravuje muže o mužství a co s tím*. Praha: Grada Publishing. ISBN 978-80-247-5797-1.

Seznam použitých internetových zdrojů

- BOTKOVÁ, Lenka. *Vzory a idoly současných dětí a mládeže* [online]. Hradec Králové, 2020 [cit.2022-12-22]. Dostupné z: <https://theses.cz/id/8cvz9h/38939492>. Diplomová práce. Univerzita Hradec Králové. Vedoucí práce Leona Stašová.
- Česká televize: *Nudes* [online]. Norsko: Česká televize, 2019 [cit. 2022-12-23]. Dostupné z: <https://www.ceskatelevize.cz/ivysilani/hledani/?keyword=nudes>
- Přinese reforma výuky revoluci ve školství?: Odpovídal odborník na školství* [online]. Aktuálně.cz, 2022 [cit. 2022-12-22]. Dostupné z: <https://zpravy.aktualne.cz/domaci/reforma-vyuky-online-chat/r~78845fb4f16e11ecb1f50cc47ab5f122/>

- ŠÍP STAŇKOVÁ, Zdeňka. *Děti jsou taky lidi: Cokoli je vynucené, není krásné* [online]. 2022 [cit. 2022-12-22]. Dostupné z: <https://detijsoutakylidi.cz/cokoli-je-vynucene-neni-krasne/>
- Národní zdravotnický informační portál: *Rodiče a děti* [online]. 2022 [cit. 2022-12-22]. Dostupné z: <https://www.nzip.cz/kategorie/13-rodice-deti>
- KNAPOVÁ, Jaroslava. *Sociologie: Klíčové pojmy sociologie* [online]. In: . [cit. 2022-12-22]. Dostupné z: <https://www.vovcr.cz/od/zdrav/129/page01.html>
- LOJDOVÁ, Kateřina. *Subkultura jako zdroj identity mládeže* [online]. Brno [cit. 2022-12-22]. Dostupné z: <https://capv.cz/wp-content/uploads/2020/01/lojdova.pdf>. Masarykova Univerzita.
- HROCH, Jaroslav. *Dopamin za lajk.: Sociální sítě jsou komerční veletrh a roste kvůli nim úzkost i deprese, říká neurolog* [online]. In: . 21. duben 2019 [cit. 2022-12-26]. Dostupné z: https://www.irozhlas.cz/zivotni-styl/spolecnost/neurolog-stransky-mozek-rozhovor-facebook-twitter-socialni-site-dopamin-lajk_1904210700_och
- ČTK. Deník.cz: *Dohoda po 16 hodinách. Brusel schválil nová pravidla internetového obsahu*. [online]. In: 23.4.2022 [cit. 2022-12-26]. Dostupné z: <https://www.denik.cz/cesko-a-eu/evropska-unie-pravidla-internetovy-obsah-20220423.html>
- Sociologická encyklopedie: *Mládež* [online]. Praha: Sociologický ústav AV ČR, 2018 [cit. 2022-12-26]. Dostupné z: (<https://encyklopedie.soc.cas.cz/...SgS>)
- IT slovník: *Co je Instagram?* [online]. 2022 [cit. 2022-12-26]. Dostupné z: <https://it-slovník.cz/...ram>
- Wikiwand: *OnlyFans* [online]. 2021 [cit. 2022-12-26]. Dostupné z: <https://www.wikiwand.com/...ans>
- CIESLAR, Petr. *Studenta: Smrtící challenge, které určitě nezkoušejte. Aneb, jak vyměnit své zdraví za lajk.* [online]. 2018 [cit. 2022-12-26]. Dostupné z: <https://www.studenta.cz/...22/>
- Člověk v tísni: *Kyberšikana sílí*. [online]. 22.2. 2021 [cit. 2022-12-26]. Dostupné z: <https://www.clovekvtisni.cz/...5gp>

- Heroine: ONLYFans: *I explicitní obsah je práce. Jak funguje a kdo ho v Česku tvoří?* [online]. Praha, 2020 [cit. 2022-12-26]. Dostupné z: <https://www.heroine.cz/...ori>
- Monetizace obsahu na internetu: *Sdružení pro internetový rozvoj* [online]. In: . 2014, s. 63 [cit. 2022-12-26]. Dostupné z: <https://adoc.pub/...tml>
- Flirt4Free: *Recenze 2022* [online]. 2022 [cit. 2022-12-26]. Dostupné z: <https://datingranking.net/...ze/>
- Mediální výchova na základních a středních školách ve školním roce 2017/2018* [online]. Praha: Česká školní inspekce, 2018 [cit. 2023-02-05]. Dostupné z: https://www.csicr.cz/CSICR/media/Prilohy/2018_p%C5%99%C3%ADlohy/Dokumenty/Medialni_vychova_TZ__.pdf
- EU Kids Online 2020: *Survey results from 19 countries* [online]. 2020. 2020 [cit. 2023-02-05]. ISSN 2045-256X. Dostupné z: <https://www.lse.ac.uk/media-and-communications/assets/documents/research/eu-kids-online/reports/EU-Kids-Online-2020-10Feb2020.pdf>
- Zpráva o digitálních závislostech v ČR 2022 - drogy-info.cz. Home - drogy-info.cz* [online]. Copyright © 2015 [cit. 05.02.2023]. Dostupné z: <https://www.drogy-info.cz/zprava-o-zavislostech/zprava-o-digitalnich-zavislostech-v-ceske-republice-2022/>
- Kam mizí peníze mladých Čechů? Nejčastěji do pokladen fastfoodů a kin – Novinky.* [online]. Copyright © 2003 [cit. 05.02.2023]. Dostupné z: <https://www.novinky.cz/clanek/finance-kam-mizi-penize-mladych-cechu-nejcastěji-do-pokladen-fastfoodu-a-kin-40006511>
- Jak děti a mládež spravují své úspory v době covidové?* průzkum Banky CREDITAS – Banka CREDITAS. Chtějte víc od své banky – Banka CREDITAS [online]. Copyright © Banka CREDITAS a.s. [cit. 05.02.2023]. Dostupné z: <https://www.creditas.cz/aktualita/2021-04-14-jak-deti-a-mladez-spravuji-sve-uspory-v-dobe-covidove-zeptali-jsme-se-v-pruzkumu>

České děti v kybersvětě: Jak se chovají online a co jim hrozí? [online]. Univerzita Palackého v Olomouci: Centrum prevence rizikové virtuální komunikace, 2019 [cit. 2023-02-05]. Dostupné z: <https://www.e-bezpeci.cz/index.php/ke-stazeni/vyzkumne-zpravy/117-ceske-deti-v-kybersvete/file>

EU KIDS ONLINE IV v České republice [online]. Brno Masarykova univerzita, 2017–2018 [cit. 2023-02-06]. Dostupné z: https://irtis.muni.cz/media/3115505/eu_kids_online_report.pdf

Kyberprostor je pro adolescenty rizikový a ovlivňuje systém jejich hodnot, ukazuje výzkum olomouckých psychologů. 6dhub.cz [online]. Copyright © 6DHUB. Publikování nebo další šíření obsahu serveru je bez písemného souhlasu zakázáno. [cit. 05.02.2023]. Dostupné z: <https://6dhub.cz/veda-a-vyzkum/kyberprostor-je-pro-adolescenty-rizikovy-a-ovlivnuje-system-jejich-hodnot-ukazuje-vyzkum-olomouckych-psychologu>

KAVALÍR, Aleš, ed. *Kyberšikana a její prevence: příručka pro učitele.* [online]. Plzeň: Pro město Plzeň zpracovala společnost Člověk v tísni, pobočka Plzeň, 2009. Dostupné z: https://zapojmevsechny.cz/user_files/kyber%C5%A1ikana/Test%20z%C3%A1vislosti%20na%20Internetu.pdf

SEZNAM ZKRATEK

AV ČR	Akademie věd České republiky
ČT	Česká televize
ČTK	Česká tisková kancelář
ČSU	Český statistický úřad
ČŠÍ	Česká školní inspekce
DSM	Diagnostický a statistický manuál
FF UP	Filozofické fakulty Univerzity Palackého
IAT	Internet Addiction Test
MKN	Mezinárodní klasifikace nemocí
RVP	Rámcový vzdělávací program
ŠVP	Školní vzdělávací program
TBH	To be honest

SEZNAM GRAFŮ

Graf 1: Pohlaví respondentů	42
Graf 2: Věková kategorie respondentů	43
Graf 3: Preference trávení volného času.....	44
Graf 4: Upřednostnění trávení času na internetu nebo venku.....	45
Graf 5: Důležitost role nových médií ve volném čase v životě mládeže.....	46
Graf 6: Množství času, které mládež stráví denně na internetu.....	47
Graf 7: Monetizace zábavního obsahu na internetu.....	48
Graf 8: Nejčastěji placený zábavní obsah na internetu.....	49
Graf 9: Realizace výuky mediální výchovy.....	50
Graf 10: Přítomnost nevhodného obsahu na internetu.....	51
Graf 11: Druhy nevhodného obsahu na internetu.....	52
Graf 12: Mládež jako oběť kyberšikany	53
Graf 13: Odsouhlasení přístupu internetových stránek pro zletilé v nezletilosti	54
Graf 14: Zájem rodičů o sledovaný obsah mládeže na internetu.....	55
Graf 15: Hazardní hry na sociálních sítích	56
Graf 16: Mládež a její reakce na off-line prostředí.....	57
Graf 17: Doba strávená bez internetového připojení	58
Graf 18: Vliv internetu na plnění školních či pracovních povinností.....	59

SEZNAM PŘÍLOH

Příloha A – Dotazník	I
Příloha B – Test závislosti na Internetu (IAT - Internet Addiction Test).....	V

Nová média a mládež

Dobrý den,

jsem studentem Univerzity Jana Amose Komenského. Chtěl bych Vás poprosit o vyplnění krátkého dotazníku k mému výzkumnému šetření, které provádím v rámci bakalářské práce na téma: Negativní vliv nových médií na mládež. Dotazník je určen pro respondenty od 15 let do 21 let. Pozorně si tedy prosím pročtěte každou z otázek a pokuste se vybrat tu odpověď, která je Vám nejbližší.

Děkuji za čas strávený vyplňováním a za pravdivost Vašich odpovědí.

Ondřej Frankovic

1. Jaké je Vaše pohlaví?

- Žena
- Muž

2. Kolik Vám je let?

- 15–18 let
- 19–21 let

3. Který z uvedených způsobů trávení volného času preferujete? Vyberte jednu odpověď:

- Na internetu
- S přáteli
- S rodinou
- Vlastní odpověď

4. Dáváte přednost strávit víc času na internetu, než si vyrazit s ostatními ven?

Vyberte jednu odpověď:

- Ano
- Ne

5. Hrají nová média (internet) důležitou roli ve Vašem volném čase? Vyberte jednu odpověď:

- Ano
- Ne
- Nevím

6. Jak dlouhou dobu strávíte denně na internetu? Vyberte jednu odpověď:

- Méně než 1 hodinu
- 1-2 hodiny
- 3-4 hodiny
- 5 a více hodin
- Nejsem denně na internetu

7. Platíte za zábavný obsah na internetu? Vyberte jednu odpověď:

- Ano
- Ne (přejděte na otázku č.9)

8. Pokud platíte za zábavný obsah na internetu, za který z níže uvedených utrácíte nejčastěji? Vyber jednu odpověď:

- Donate svému oblíbenému tvůrci
- Hry a vylepšení ve hře
- Erotický obsah
- Vlastní odpověď

9. Probíhají/probíhaly ve Vaší škole hodiny mediální gramotnosti? Vyberte jednu odpověď:

- Ano
- Ne
- Nevím

10. Setkali jste se na internetu s nevhodným obsahem? Vyberte jednu odpověď:

- Ano
- Ne (přejděte na otázku č.11)

11. Který z uvedených nevhodných obsahů byl nejčastější, se kterým jste se setkávali? Vyberte jednu odpověď:

- Násilí
- Hazard
- Pornografie
- Jiné

12. Byli jste někdy obětí kyberšikany? Vyber jednu odpověď:

- Ano
- Ne
- Nevím

13. Odsouhlasili jste někdy na internetových stránkách přístup od 18 let, aniž by vám bylo 18 let? Vyberte jednu odpověď:

- Ano
- Ne

14. Zajímají se rodiče o to, čemu se na internetu věnujete? Vyberte jednu odpověď:

- Ano
- Ne

15. Setkali jste se někdy s nabídkou hrát hazardní hry na sociálních sítích? Vyberte jednu odpověď:

- Ano
- Ne
- Nevím

16. Cítíte se dobře, když jste off-line? Vyberte jednu odpověď:

- Ano
- Ne
- Je mi to jedno

17. Jak dlouho byste vydrželi bez internetového připojení? Vyberte jednu odpověď:

- Méně než den
- Den
- Týden
- Měsíc
- Déle než měsíc

18. Stalo se Vám, že čas strávený na internetu ovlivnil negativně vaše známky či plnění školních/pracovních povinností? Vyberte jednu odpověď:

- Ano
- Ne

Příloha B – Test závislosti na Internetu (IAT - Internet Addiction Test)

Tento 20 položkový dotazník měří nízký, průměrný a vysoký stupeň internetové závislosti. Pro vyhodnocení vašeho stupně závislosti zodpovězte následující otázky za použití této škály: 0 = nikdy 1 = zřídka 2 = příležitostně 3 = opakovaně 4 = často 5 = vždy

Jak často...

1. zjišťujete, že jste online déle, než jste měl(a) v úmyslu?
2. zanedbáváte práce v domácnosti, abyste mohl(a) strávit více času online?
3. upřednostňujete vzrušení na Internetu před intimitou se svým partnerem?
4. uzavíráte nová přátelství s dalšími uživateli online?
5. si vaši blízcí stěžují na množství času, které trávíte online?
6. trpí vaše školní nebo pracovní výsledky kvůli množství času, který strávíte na Internetu?
7. kontrolujete svoje emaily předtím, než jdete dělat to, co máte?
8. trpí váš pracovní výkon kvůli času strávenému na Internetu?
9. zaujímáte obranné nebo tajnůstkářské postoje, když se vás někdo ptá, co děláte na Internetu?
10. zakrýváte rušivé myšlenky vlastního života konejšivými myšlenkami na Internet?
11. se přistihnete, že myslíte na to, až budete zase online?
12. se bojíte toho, že svět bez Internetu by byl nudný, prázdný a neutěšený?
13. ztrácíte nervy, ječíte nebo jednáte rozmrzele, když vás někdo ruší, zatímco jste online?
14. chodíte spát pozdě, protože jste dlouho do noci na Internetu?
15. jste zabrán(a) do myšlenek na Internet, když jste offline, nebo sníte o tom, že jste online?
16. se přistihnete, že si říkáte „už jen pár minut a budu online“?
17. zkoušíte bez úspěchu omezit čas, který trávíte online?
18. se snažíte skrýt, kolik času jste byl(a) online?
19. si vyberete možnost být déle na Internetu než jít s přáteli ven?
20. se cítíte v depresi, náladový(á), nebo nervózní, když jste offline a tyto pocity odezní ve chvíli, kdy jste zase online?

Nyní si sečtete všechny body, které jste získali. Čím vyšší je vaše skóre, tím větší je váš stupeň závislosti.

0–49 bodů: Jste průměrný uživatel Internetu. Někdy můžete surfovat trochu déle, ale máte nad tím kontrolu.

50–79 bodů: Více či méně máte kvůli Internetu problémy. Měl(a) byste zvážit jejich plný dopad na váš život.

80–100 bodů: Vaše užívání Internetu způsobuje ve vašem životě značné problémy. Měl(a) byste vyhodnotit dopad Internetu na váš život a vyhodnotit své problémy jako přímý důsledek nadužívání Internetu.

Nyní se vraťte k otázkám, které jste ohodnotili číslem 4 nebo 5. Uvědomili jste si, že tyto situace jsou pro vás závažným problémem? Uvědomili jste si, jak často se vám hromadí špinavé prádlo nebo jak prázdná je vaše lednička? Zamysleli jste se nad tím, jak těžké pro vás je vymotat se z postele každé ráno? Jak se cítíte v práci vyčerpaní? Jaký má tohle jednání vliv na vaše tělo a vaše celkové zdraví?

Zdroj: Převzato

z https://zapojmevsechny.cz/user_files/kyber%C5%A1ikana/Test%20z%C3%A1vislosti%20na%20Internetu.pdf

BIBLIOGRAFICKÉ ÚDAJE

Jméno autora: Ondřej Frankovic

Obor: Resocializační a penitenciární pedagogika

Forma studia: kombinovaná

Název práce: Negativní vliv nových médií na mládež

Rok: 2023

Počet stran textu bez příloh: 82

Celkový počet stran příloh: 6

Počet titulů českých použitých zdrojů: 15

Počet titulů zahraničních použitých zdrojů: 4

Počet internetových zdrojů: 26

Vedoucí práce: PhDr. Alois Daněk, Ph.D.