Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích
Teologická fakulta
Katedra etiky, psychologie a charitativní práce

Diplomová práce

ELEKTRONICKÁ VERSUS TIŠTĚNÁ MÉDIA VE VOLNÉM ČASE MLÁDEŽE

Vedoucí práce: Dr. Ing. Alois Křišťan, Th. D.

Autor práce: Bc. et Bc. Petra Kubošková
Studijní obor: Pedagogika volného času
Ročník: 2.

2016

Prohlašuji, že svoji diplomovou práci jsem vypracovala samostatně pouze s použitím pramenů, zdrojů a literatury uvedených v seznamu citované literatury.

Prohlašuji, že v souladu s § 47b zákona č. 111/1998 Sb. v platném znění, souhlasím se zveřejněním své diplomové práce, a to v nezkrácené podobě elektronickou cestou ve veřejně přístupné části databáze STAG provozované Jihočeskou univerzitou v Českých Budějovicích na jejích internetových stránkách, a to se zachováním mého autorského práva k odevzdanému textu této kvalifikační práce. Souhlasím dále s tím, aby toutéž elektronickou cestou byly v souladu s uvedeným ustanovením zákona č.111/1998 Sb. zveřejněny posudky školitele a oponentů práce i záznam o průběhu a výsledku obhajoby kvalifikační práce. Rovněž souhlasím s porovnáním textu práce s databází kvalifikačních prací Theses.cz provozovanou Národním registrem vysokoškolských kvalifikačních prací a systémem na odhalování plagiátů.

V Českých Budějovicích 31. března 2016

…….

Petra Kubošková

Poděkování

Ráda bych poděkovala vedoucímu diplomové práce, panu Dr. Ing. Aloisu Křišťanovi, Th. D. za odbornou pomoc a praktické rady při zpracování diplomové práce

Děkuji také pracovníkům knihoven a mladým lidem, kteří mi poskytli rozhovor.

Obsah

Úvod 6
1. Média 9
1. 1 Funkce médií 10
1. 2 Možný vliv médií na jedince 15
1. 3 Mediální gramotnost 19
1. 4 Mediální výchova 22
1. 5 Členění médií 24
2. Masová komunikace 26
2. 1 Masová média 28
2. 1. 1 Tištěná média 29
2. 1. 2 Elektronická média 32
2. 1. 2. 1 Rozhlas 32
2. 1. 2. 2 Televize 33
2. 1. 2. 3 Internet 35
2. 1. 3 Nová média 37
2. 1. 3. 1 Sociální sítě 39
3. Volný čas 43
3. 1 Volný čas mládeže 45
3. 2 Volný čas a média 47
4. Mládež 49
4. 1 Adolescence 50
4. 2 Časná dospělost 52
5. Shrnutí 54
6. Cíl práce a výzkumné otázky 55
6. 1 Cíl práce 55
6. 2 Výzkumné otázky 55
7. Metodika 55
7. 1 Metoda výzkumu 55
7. 2 Charakteristika výzkumného souboru 56
8. Výzkum 57
8. 1 Interpretace rozhovorů s osobami od 15 do 30 let 57
8. 2 Tabulky vybraných otázek rozhovorů s osobami od 15 do 30 let 65

8. 3 Sumarizační tabulka rozhovorů s osobami od 15 do 30 let 66
8. 4 Sumarizační tabulky rozhovorů s pracovníky knihoven 67
9. Diskuze 70
10. Závěr 76
11. Seznam použitých zdrojů 77

Úvod

Volný čas je pro každého z nás důležitou součástí života. Těšíme se na dobu, kdy přijdeme ze školy, či z práce a máme čas pro sebe, pro své koníčky, pro zábavu. Každý z nás vnímá volný čas odlišně, naplňuje ho jinými činnostmi. Jeho prožívání se liší sociální i kulturní zkušeností, věkem, pohlavím, aktuální náladou. Přesto si myslím, že v dnešní době, době prosycené médii, jsou právě média tím, co nás ve volném čase spojuje.

Média nás v dnešní době obklopují během celého dne, mnohdy, aniž bychom chtěli. Stala se důležitou součástí našeho života, přinášejí nám užitek, zábavu, informace. Dnešní mladí lidé se naučili využívat zejména nová média, sociální sítě. Umožňují jim na sebe upozornit. Virtuální život v kyberprostoru na ně působí a zpětně ovlivňuje jejich sociální zrání.

Sociální sítě využívá téměř každý mladý člověk, pokud ne, bývá často vyčleněn z kolektivu. Vyhovuje mu ale tento stav, je takto spokojený? Podlehli mladí lidé pouze novým médiím ve svém volném čase nebo sáhnou i po knize? Toto jsou otázky, které mě budou v této práci zajímat, na které budu hledat odpovědi. Nezjistím, jak to mají všichni mladí lidé, ale nabídnu na vybraných jedincích, jak to mohou mít.

Mládeží se zabývám, protože se sama do této věkové kategorie řadím. S přáteli často komunikujeme na Facebooku, domlouváme si tam například i návštěvu literární akce, divadla. Podle mě jsou nová média důležitou součástí dnešního života, jen je důležité se s nimi naučit pracovat, využívat je pro svůj prospěch a zcela jim nepropadnout, na úkor ostatních volnočasových aktivit.

Vlastním cílem diplomové práce je zjistit, jaké postavení mohou mít elektronická a tištěná média ve volném čase u vybraných osob ve věku od 15 do 30 let a zda osoby od 15 do 30 let využívají ve vybraných knihovnách více výpůjční služby nebo veřejný internet. Pomocným cílem je popis současného stavu médií, popis jednotlivých druhů médií, tištěných, elektronických, včetně médiích nových, a to alespoň v takové míře, jaké mi dovoluje formát diplomové práce. K naplnění těchto cílů mi pomohly výzkumné otázky, které jsem si stanovila tři. Výzkumné otázky znějí: Jaké mohou mít postavení elektronická média ve volném čase u vybraných osob ve věku od 15 do 30 let, jaké postavení mohou mít tištěná média ve volném čase u vybraných osob ve věku od 15 do 30 let a zda využívají osoby od 15 do 30 let ve vybraných knihovnách více výpůjční služby nebo veřejný internet?

Před vlastním zkoumáním uvedených otázek potřebuji popsat hlavní pojmy a skutečnosti, případně souvislosti, které se zkoumané oblasti týkají. Tomu jsou věnovány čtyři počáteční kapitoly. První kapitola je zaměřena na pojem média. Nejprve je definuji z nejrůznějších úhlů podle různých autorů, poté popisuji jejich funkce a možný vliv na jedince. Pokud se zajímáme o média, je důležité zmínit mediální gramotnost, důležitou kompetenci, kterou by dnešní mladý člověk měl ovládat. S mediální gramotností úzce souvisí mediální výchova, která by měla pomoci získat tuto kompetenci ve školním prostředí. Sice se v této práci zabývám médii ve volném čase, přesto si myslím, že školní i mimoškolní pedagogika je úzce provázána a mediální výchova by mladé lidi měla naučit, jak média efektivně využívat i v jejich volném čase. V poslední části této kapitoly se věnuji členění médií podle různých aspektů a autorů.

V druhé kapitole se zabývám jednotlivými druhy médií. Nejprve ale charakterizuji masovou komunikaci, jelikož oslovuje široké publikum, a tak musí mezi něj a komunikátora vstoupit právě médium. K tomuto účelu slouží prostředky hromadné komunikace – masová média, které nadále popisuji. Vzhledem k cíli práce, ve které zjišťuji, jaké postavení mohou mít zmiňovaná média ve volném čase u vybraných osob ve věku od 15 do 30 let, v následujících částech této kapitoly popisuji ona zmiňovaná média. Konkrétně média tištěná, elektronická, z nichž se detailněji věnuji rozhlasu, televizi, internetu. Pro mladé lidi v dnešní době jsou aktuální zejména nová média, média, která umožňují oboustranný pohyb. Z nových médií naší společnost nejvíce ovládly sociální sítě, zejména Facebook, proto je popisuji. Zamýšlím se nad jejich pozitivy i negativy.

Vzhledem ke stanovenému cíli se v následujících kapitolách věnuji volnému času a osobami od 15 do 30 let. Třetí kapitola se zabývá volným časem, jeho definováním a následně volným časem mládeže a volným časem spojeném s médii.

Ve čtvrté kapitole charakterizuji osoby od 15 do 30 let, které jsem definovala podle Velkého sociologického slovníku jako mládež. Z hlediska vývojové psychologie do tohoto věkového vymezení patří adolescence a časná dospělost, které v základech uvádím.

První část diplomové práce je zpracována na základě zejména odborných zdrojů. V další části se zabývám výzkumným šetřením, kde se významným zdrojem informací stal výzkumný vzorek složený z osob od 15 do 30 let a z pracovníků knihoven v jižních Čechách. Zvolila jsem si kvalitativní výzkum, metodu dotazování, techniku polostandardizovaného rozhovoru. K formulaci otázek jsem využila poznatky získané

studiem materiálů pro koncepci prvních čtyř kapitol. Informace a názory respondentů ve věku 15 až 30 let byly zpracovány do formy případových studií a tabulek z vybraných otázek. Odpovědi pracovníků knihoven jsou zaneseny do sumarizačních tabulek.

1. Média

Klíčovým pojmem provázející celou práci, je pojem média. Pojem, který se v novém tisíciletí skloňuje velmi často, v nejrůznějších variantách a situacích. Zaujal mne v souvislosti s volným časem, proto jsem si za cíl práce zvolila zjistit, jaká postavení mohou mít zmiňovaná média u vybraných osob ve věku od 15 do 30 let a zda osoby od 15 do 30 let využívají ve vybraných knihovnách více výpůjční služby nebo veřejný internet. V závislosti na tento cíl se postupně budu věnovat pojmům týkajících se médií, popisem jednotlivých médií, ale i volným časem v souvislosti s médii. Protože pojem médium se v této práci bude vyskytovat velmi často, v úvodu ho definuji podle různých autorů a z různých úhlů pohledu.

Pojem média patří mezi nejpoužívanější pojmy současnosti. *„V nejširším slova smyslu je médium vše, co něco zprostředkovává, co stojí mezi dvěma aktéry či aktérem a prostředím, tedy prostředník či zprostředkovatel. Proto se s pojmem médium lze setkat v různých souvislostech – od fyziky a chemie až po duchařské seance“* (JEŽEK; JIRÁK 2014: 8).

Média sama o sobě nejsou statickou součástí společnosti, nýbrž se dynamicky proměňují. Rozvíjejí se v závislosti na proměnách komunikačních technologií a sama nejrůznější politické, společenské a kulturní změny podmiňují, urychlují a modifikují (JIRÁK 2009: 25).

Médium lze definovat jako jeden z komunikačních prostředků, který slouží jako materiálně – energetický nosič znaků obsahující informace (CHROMÝ 2014: 17).

Dnešním trendem je téměř dokonalá dostupnost médií – zprávy v telefonu, televize v každé restauraci, noviny a časopisy v každém větším obchodě, videopůjčovny ve všech městech, internet dostupný prakticky pro každého. Výsledkem toho je, že dostupnost informací je stále samozřejmější a odříznutí od informací vzácnější. Žijeme v informačně nasyceném prostředí, jsme informacemi zavaleni a máme potíže vyhodnocovat kvalitu, význam a potřebnost toho co se dovídáme. Nedostatek podnětů z médií může mít za následek náznak vyloučení ze společnosti (JIRÁK 2005: online).

Význam médií si mohou různé skupiny lidí vykládat odlišně. Novináři, politici mají na mysli především tisk, rozhlas, televizi, popř. média založená na digitálním zpracování a přenosu dat. Obory, které se věnují různým projevům mezilidské, sociální komunikace, označují pojmem médium to, co zprostředkovává někomu nějaké sdělení, tedy médium komunikační (JIRÁK, KÖPPLOVÁ 2007: 16).

Komunikaci zprostředkovává mnoho nejrůznějších médií, bez média je nemožná. Proto se za médium pokládají i kódy, používané při komunikaci, tedy i přirozený jazyk, např. čeština. Jazyk a neverbální kódy (komunikační možnosti našeho těla) je možné považovat za primární média, což odkazuje na skutečnost, že jsou univerzální, komunikace se bez nich neobejde (JIRÁK, KÖPPLOVÁ 2007: 16, JEŽEK, JIRÁK 2014: 9).

Užití jazyka a neverbálních kódů je omezeno na situace, kdy se ti, kteří spolu komunikují, vidí a slyší. Ten, kdo není přítomen, se nedoví, co se říkalo, protože komunikace zaniká v okamžiku, kdy se děje. To je ale velké omezení, proto lidská společnost vytvořila a dodnes vytváří prostředky, s jejichž pomocí je možné komunikovat na velké vzdálenosti prostoru i času – tedy sdělení přenášet, ukládat a archivovat. Byla čím dál tím větší potřeba přenášet sdělení na větší vzdálenost, nabídnout je v co nejkratším čase a co největšímu počtu lidí a zaznamenávat je tak, aby vydržela co nejdéle. Takové komunikační prostředky, které fakticky slouží jako technická podpora komunikace, se někdy označují jako sekundární média. Nejvýznamnějším sekundárním médiem je písmo, neboť způsobilo, že jsme svá sdělení začali vidět (JIRÁK, KÖPPLOVÁ 2007: 17, JEŽEK, JIRÁK 2014: 9).

Sekundární média velmi výrazně ovlivnila komunikační možnosti člověka, ale mají také svá omezení. Nejvýznamnějším omezením je skutečnost, že podporují především komunikaci mezi dvěma lidmi či v malé skupince. *„Lidská společnost je ale velmi složitý celek, pro jehož fungování je potřeba komunikovat nejen na interpersonální, ale i celospolečenské úrovni“* (JEŽEK, JIRÁK 2014: 9,10).

Média nám svými obsahy nabízejí informace o tom, co je v naší společnosti běžné. Dovídáme se z nich, jak se chovat v některých životních situacích, dovídáme se, alespoň zdánlivě o některých formách chování. V tomto smyslu možná média, navzdory obsahům, které mnohdy nabízejí, přispívají k jisté konsolidaci společnosti, k její stabilitě (JIRÁK 2005: online).

1. 1 Funkce médií

Jednotlivé druhy médií existují s určitým cílem, pro jedince i společnost – mají určenou funkci. O funkci médií se vedou i mezi odborníky diskuze, často paradoxně právě v médiích. Autoři popisují mnoho funkcí, osob od 15 do 30 let, kterými se v této práci zabývám, se bude nejspíše nejvíce týkat funkce zábavní, sociální a vzdělávací.

Mediálně gramotná osoba by ale měla znát i další funkce, i ty, které nejsou patrné na první pohled, například funkce přesvědčovací či komerční.

O funkci médií se vedou mezi odborníky i neodborníky dlouhé diskuze. Média mají tu zvláštní vlastnost, že jsou sama o sobě prostředníkem diskuze o médiích. Zřejmě nejdůležitější funkce médií je informační. Mezi další úlohy médií patří kulturní, zábavní, sociální a politická funkce (POSPÍŠIL, ZÁVODNÁ 2009: 42). Pohledů na funkce médií je ale značná řada. Například Váňa (2012) ještě doplňuje funkci kontrolní, výchovnou, vzdělávací, propagandistickou a komunikační. Jako naprosto zásadní zdůrazňuje funkci komunikační (VÁŇA 2012: online). Ježek s Jirákem (2014) uvádějí navíc funkci přesvědčovací a estetickou (JEŽEK, JIRÁK 2014: 21).

Informační funkce zprostředkovává obraz o světě. Média pomáhají utvářet představy o světě a jeho společenském, geografickém a politickém složení (POSPÍŠIL, ZÁVODNÁ 2009: 42). Přinášejí nám informace o ekonomickém chování společnosti, kulturním životě, životním prostředí apod., či o politice, kultuře a ekonomice jiných zemí (JEŽEK, JIRÁK 2014: 21). Mediální pohled na svět s sebou přináší velká omezení. Pro publikum je svět takový, jaký ho média prezentují. Důležité je tedy umět identifikovat mediální obsah, zachovat zdravý rozum a vytvořit si vlastní názor. Média se nesmí stát jediným zdrojem informací o realitě (POSPÍŠIL, ZÁVODNÁ 2009: 42). Informační funkce tištěných novin dnes není tak zásadní, jakou byla v nedávné minulosti. Souvisí to zejména se snadnější dostupností informací v globalizovaném světě a se vznikem novým médií, zejména internetu (VÁŇA 2012: online). K naplnění této funkce se postupem času vyvinula svébytná aktivita, která je typickým projevem médií – žurnalistika. Ta nabízí ve zpravodajství informace nejrůznější povahy a v komentářích jejich rozbory a názory na ně (JEŽEK, JIRÁK 2014: 21).

Média se snaží udržet pozornost svých uživatelů, a proto je snaha být první zásadním měřítkem úspěšnosti, leckdy důležitější než kvalita či pravdivost obsahu. V dnešní době internetu, kdy první jsou téměř všichni, zpráva o události se šíří okamžitě, někteří autoři vyvozují, že být první pomalu ztrácí na významu a optimisticky věří, že nastane doba pomalejšího, ale spolehlivého zpravodajství. Rychlost a interaktivita jsou problém i pro samotná média, která dosud nebyla v takové míře vystavena veřejné a veřejně sdílené kontrole. Nikdy v minulosti nebyly mediální výstupy v každé vteřině přímo konfrontovány s postoji a názory (komentáři) tak velkého množství příjemců, jako v dnešní době internetu a sociálních sítí (JEŽEK, JIRÁK 2014: 23).

Zábavní funkce v poslední době v tištěných médiích roste úměrně tomu, jak klesá důležitost jejich informační funkce (VÁŇA 2012: online). Má za úkol poskytnout publiku zábavu, rozptýlení a vzrušení. Prožívání zábavy prostřednictvím médií nevyžaduje po lidech žádnou aktivitu, jsou baveni, aniž by museli přemýšlet. Zábava prožívaná prostřednictvím médií v mnoha případech otupuje představivost, diktuje vkus a značným způsobem snižuje kulturní měřítka a nároky (POSPÍŠIL, ZÁVODNÁ 2009: 42).

Média jsou aktivní součástí kultury naší společnosti. Významným způsobem se podílejí na formování nejrůznějších projevů kultury dané společnosti, protože mají možnost nabízet totéž sdělení velkému počtu příjemců. Opět však dochází k projevům dysfunkce, neboť možnost nabídnout stejná sdělení (sloužící k zaplnění volného času, kulturního vyžití) širokým masám může ovlivňovat kulturu působící ve společnosti velmi negativně. Je to dáno oslabováním tradičních kulturních projevů a masovým (někdy velmi laickým) charakterem výroby mediálních sdělení. Jsou potlačovány nároky na estetiku takových sdělení a z obsahu se vytrácí veškerý projev uměleckého talentu. S tímto se můžeme často setkat v různých reality show (POSPÍŠIL, ZÁVODNÁ 2009: 43).

Zábavní funkce se nenaplňuje jen v mediálních produktech, které mají bavit, ale proniká i do jiných sdělení – například do zpravodajství. Zvláště u televizního zpravodajství je celá řada témat a mnohé výrazové prostředky (animace, dynamická výrazová kamera, apod.), které mají zvýšit zábavnost sdělení. O této tendenci se mluví jako o „infotainmentu“, v českém jazyce se objevuje snaha o zavedení termínu infozábava. (JEŽEK, JIRÁK 2014: 24). Mediální slovník definuje tento výraz jako spojení a propojení informací a zábavy. Většinou má za cíl vzbudit emoce – úžas, překvapení, nadšení, potěšení, zhrození se. Je využíván zejména bulvárními médii a jeho nástup v českých televizích je spojen se zahájením komerčního vysílání (PROVAZNÍKOVÁ 2015: 23).

U mediálního sdělení, které mají vzdělávací záměr, hovoříme o „edutainmentu“, protože i tam se projevuje snaha nabízet vzdělávací obsahy pokud možno nenásilnou, zábavnou formou (JEŽEK, JIRÁK 2014: 24).

Média nás nejen informují a baví, ale řadou svých sdělení mohou přispívat ke vzdělávání příslušníků dané společnosti. Hovoříme tak o vzdělávací funkci. Nejčastěji jsou média součástí neformálního celoživotního vzdělávání. Činí tak nejrůznějšími způsoby – od televizních kanálů specializovaných na dokumentární filmy,

vzdělávací pořady po zájmově zaměřené časopisy a nejrůznější internetové stránky (JEŽEK, JIRÁK 2014: 23).

V daleko menší míře, až v krajním případě mohou být média přímou a víceméně systematickou podporou formálního (školského) vzdělávání. Takový charakter má například Čtenářský deník na webové stránce současného Českého rozhlasu, který nabízí zvukové nahrávky děl české a světové literatury, které bývají součástí školní četby (JEŽEK, JIRÁK 2014: 23).

Vzdělávací funkce se naplňuje i ve zpravodajství nebo v umělecké tvorbě (televizní nebo rozhlasová adaptace klasického literárního či dramatického díla má mimo jiné i potenciál přispět ke vzdělanostnímu rozhledu posluchačů či diváků) (JEŽEK, JIRÁK 2014: 23).

Sociální funkce médií je dána pro celou společnost, bez rozdílu věku. Média socializují jedince ve společnosti, což v podstatě znamená, že mu nabízejí vzory chování, které pak jedinec postupně přebírá za své. Média velkou měrou ovlivňují mezilidské vztahy, představy o spokojené rodině, šťastném životě či bohatství. Naplňují tyto pojmy konkrétními obrazy, které pak aplikujeme na reálný svět. Typickým příkladem může být telenovela či seriál. Problém této funkce je dán především v dogmatičnosti a nereálnosti nabízeného pohledu na mezilidské vztahy a v podstatě na celý svět (POSPÍŠIL, ZÁVODNÁ 2009: 45).

Média mají jistou přesvědčovací (pervazivní) moc. Dokáží potvrdit, posílit či poupravit názory a postoje lidí, nebo je za jistých okolností dokonce vyprovokovat k nějakému jednání. Přesvědčovací moc médií je využita i přímo, v tomto případě se jedná o reklamní a propagační sdělení. Právě pro svou přesvědčovací funkci by tato sdělení měla být jasně označena – v tisku upozorněním, že se jedná o reklamu, inzerci či komerční sdělení, ve vysílacích médiích jednoznačným zvukovým nebo audiovizuálním předělem. Vzhledem k tomu, že toto jasné označení zřejmě oslabuje přesvědčovací efekt, přibývá reklamních sdělení, která svou podstatu nepřiznávají nebo přiznávají dodatečně či nenápadně (JEŽEK, JIRÁK 2014: 23).

S přesvědčovací funkcí souvisí i funkce komerční. Tato funkce zajišťuje médiím finance na vysílání a zaručuje zisk. Realizuje se především reklamou, ale také sponzoringem a teleshoppingem (PROVAZNÍKOVÁ 2015: 23).

Politická funkce médií nás konstruktivně zapojuje do politického života a formuje názory na politická témata a události. Média nám dávají možnost pochopit souvislosti a základní vztahy politického života, které bychom jinak jako běžní občané nemohli

v reálném čase sledovat. Díky médiím si vytváříme politickou orientaci a určitý názor na politiku a její činitele, který vyjádříme ve volbách (POSPÍŠIL, ZÁVODNÁ 2009: 45).

Média také slouží jako prostředek sociální kontroly a ovlivňují rozvoj společnosti. Jsou prostředkem pro společenskou kontrolu a zvyšují tlak na odpovědnost orgánů správy země a politickou elitu. Jsou podstatným názorotvorným činitelem každé společnosti, přičemž politická scéna v rozvinuté společnosti musí počítat s tlakem médií (MEDIAGRAM 2016: online). Konceptualizace médií jako „hlídacích psů demokracie" zastřešuje představy o tom, že tisk, rozhlasové a televizní stanice i zpravodajské weby ve svých obsazích nejen informují o dění ve společnosti, ale také kriticky reflektují zejména oblast politiky a nabízí prostor co nejširšímu množství názorů. V médiích se realizuje politická odpovědnost vůči veřejnosti, odhalují se případy zneužití pravomocí, neschopnosti či zkorumpovanosti. Tuto roli mohou média účinně sehrát pouze tehdy, jsou- li nezávislá a fungují- li legislativně zaručené svobodě slova (ŠKODOVÁ 2013: online).

Denis McQuail rozlišuje ještě funkci korelační, funkci udržení kontinuity a mobilizační funkci. *„Korelační funkce slouží k vysvětlování, vykládání a komentování významných událostí a informací."* (PROVAZNÍKOVÁ 2015: 23). Funkce udržení kontinuity pomáhá k prosazování a udržování obecně přijatelných hodnot. Jde o přenášení dominující kultury a objevování subkultur a nových trendů v kulturním vývoji. Mobilizační funkce médií neboli agitování pro společenské cíle ve sféře politiky, války, ekonomického vývoje, práce a někdy i náboženství (PROVAZNÍKOVÁ 2015: 23).

Existuje celá řada informací, které se musí dostat k co největšímu počtu lidí – znění zákonů, předpisy, varování nebo informace, které chtějí lidé dostat – pro poučením vzdělání, zábavu či vzrušení. Tento úkol plní terciární média, čili tisk (knihy, noviny, časopisy, billboardy, plakáty) a vysílací média (televize a rozhlas). Terciárním médiím často říkáme masová, protože dovolují oslovit velký počet lidí bez ohledu na jejich individuální rozdíly (JEŽEK, JIRÁK 2014: 10).

Myslet musíme i na takzvanou dysfunkci, *„tedy nenaplnění původních názorů na funkci média, jeho selhání v příslušné oblasti. Dysfunkce je vždy opakem námi prezentované představy o správném fungování média."* (POSPÍŠIL, ZÁVODNÁ 2009: 45).

1. 2 Možný vliv médií na jedince

S funkcemi médií souvisí i jejich možný vliv na jedince. Společné mají to, ačkoliv vliv na osobnost je zajisté důležitý, nepanuje jednota v tom, jakým způsobem jedince vlastně ovlivňují. Média sama o sobě, ale také mediální obsahy ovlivňují názory, postoje i chování osob ve věku 15 až 30 let. Někdy to dělají vědomě, s jasným cílem už od počátku, v mnoha případech je ovšem tento vliv nepřímý, leckdy i negativní, například v souvislosti s přesvědčovací funkcí médií. Zejména v dětském věku, ale jistě i v době adolescence, je potřebné na jedince výchovně působit, v rodině či jako pedagog, pedagog volného času a tyto skryté vlivy učit jedince rozpoznat, vybavit je mediální gramotností.

Média se podílejí na tom, jak si organizujeme životní prostor a jak si strukturujeme časový rozvrh každodenního života. V dnešní době nás média provázejí po celý den. Doprovázejí nás u snídaně s puštěným rozhlasem či televizí i cestou do zaměstnání (mnohdy s iPodem v kapse a sluchátky v uších, ale stále ještě také občas s novinami, popřípadě s puštěným autorádiem) až po shlédnutí „co je nového a kdo mi zase píše“ s kávou ruce po spuštění počítače v práci. Večer často zasedáme k televizoru, který je hlavním předmětem v obývacím pokoji, podle kterého je leckdy i uspořádán ostatní nábytek (JEŽEK, JIRÁK 2014: 109).

Jednou ze základních otázek uvažování o současné společnosti je otázka, nakolik a jak média působí na společnost, v níž operují, ale i na jednotlivce a jeho život. Otázku si pokládají nejen odborné obory, které média studují, ale i laická veřejnost (JEŽEK, JIRÁK 2014:109, JIRÁK 2005: online). Téměř denně se dopouštíme nejrůznějších soudů o tušeném či předpokládaném účinku médií. Úvahy typu „to snad ani není pro děti“, povzdechy „pak se člověk doví, že se nedodržují zákony“ jsou implicitní soudy o vlivu médií (JIRÁK 2005: online).

Představy o účinku médií jsou zaneseny i do mediální legislativy. Požadavek nezařazovat mezi šestou hodinou ranní a desátou večerní pořady, které by mohly ohrozit zdraví, psychický i fyzický vývoj dítěte, fakticky dokazuje přesvědčení, že existují pořady, které mohou ohrozit vývoj dítěte (JIRÁK 2005: online).

Média ovlivňují chování, názory či postoje jedinců, mohou rozšiřovat obzory poznání, vzdělávat, pomáhat v politickém i spotřebitelském rozhodování, ovlivňovat životní styl, ale také děsit, vyvolávat napětí, navádět ke společensky nežádoucímu jednání či uvádět v omyl. Mohou také ohrožovat stabilitu společnosti, podporovat nebo

naopak brzdit společenské změny od změn strukturních po technologické inovace (JIRÁK, KÖPPLOVÁ 2007: 151).

Je zřejmé, že média jsou významnou součástí života jednotlivců v pozdně moderní společnosti i významnou součástí fungování těchto společností jako celku (JEŽEK, JIRÁK 2014: 109). Nikdy ale nepanovala a dodnes nepanuje jednota v tom, čím vlastně média mohou ovlivňovat jednotlivce i společnost a jaké povahy toto jejich působení je (JIRÁK, KÖPPLOVÁ 2007: 151).

Vliv médií se štěpí na dvě velké oblasti – vliv médií jako takových a vliv obsahů, které nabízejí. Vliv může mít již samotná existence médií. Média jsou faktor ovlivňující organizaci prostoru, v němž žijeme a času, který prožíváme. Z hlediska prostoru televize v mnoha domácnostech nahradila krb či připomíná dokonce přímo domácí oltář. Na televizi jsou rodinné fotografie, suvenýry z cest, dokonce i Kristus na kříži. Uspořádání nábytku v domácnostech svědčí o tom, že na televizi se bere větší ohled než na cokoliv jiného, při rozmisťování nábytku máme sklony organizovat ho v místnosti s televizí, aby na obrazovku bylo vidět z co nejvíce úhlů (JIRÁK 2005: online).

I tištěná média se podílejí na organizaci v prostoru, v němž žijeme. Máme „své" místo pro čtení novin, ať už je to autobus, toaleta, městská knihovna či vana (JIRÁK 2005: online).

Média se podílejí i na uspořádání našeho času – pravidelnost ve čtení novin, v poslechu rozhlasu či sledování televizního zpravodajství jsou činnosti zakotvené pevně ve dni. Pravidelné uspořádání rozhlasových a televizních vysílacích témat vede k tomu, že lidé přizpůsobují rytmus svého života vysílání (JIRÁK 2005: online).

Význam médií pro časoprostorové uspořádání života jednotlivce a organizace jejich spotřeby má v rodině i mocenský rozměr. Způsob konzumace médií odráží hierarchii mezilidských vztahů (JIRÁK 2005: online).

Účinky médií lze rozdělit z několika hledisek, například na přímé a nepřímé, pozitivní a negativní. *„Přímý vliv lze sledovat v souvislosti s předvolební kampaní konkrétní strany či osobnosti a jeho úspěchem ve volbách nebo mezi komerční reklamou a úspěchem konkrétního zboží."* (JIRÁK, KÖPPLOVÁ 2007: 174). Tento vliv je zároveň většinou také vliv krátkodobý (JIRÁK, KÖPPLOVÁ 2007: 174).

Některé předpokládané účinky médií odpovídají komunikačním záměrům podavatele, hovoříme o plánovaném účinku médií. Řadíme sem například účinky mediálních rituálů na sociální kontrolu, reklamy na spotřebitelské chování, účinky osvětových a sociálních kampaní na chování jednotlivců a na zvýšení solidárního

jednání ve společnosti, či účinky politických kampaní na volební chování. Podstatou plánovaného působení na jedince je manipulováním, přesvědčováním či sugerováním dosáhnout nějaké stanovené změny v jeho postojích či chování, a to v nejrůznějších oblastech veřejného i soukromého života (JIRÁK, KÖPPLOVÁ 2007: 174).

Opakem jsou účinky neplánované, kdy nejčastěji hovoříme o účincích předpojatosti médií na stereotypizaci, účincích sexuálních a erotických obsahů na postoje a jednání, o účinku mediálních produktů na životní styl a vkus jedinců či v neposlední řadě o účinku mediálního násilí na agresivní chování dětí i dospělých (JIRÁK, KÖPPLOVÁ 2007: 175).

Média do jisté míry působí i na naše postoje a chování, jen není jednoduché postihnout, jak tento jejich vliv vypadá. Pro jejich obtížnou uchopitelnost se úvahy o vlivu médií často zužují na jejich případný negativní vliv. Negativním vlivem může být, že média v nás podporují citovou lhostejnost vůči společensky negativním jevům (například vůči násilí tím, že nám předvádějí stále větší dávky tzv. mediálního násilí ve filmech, seriálech i zpravodajství) či nás vedou k napodobování toho, co nám předvádějí (opět se připomíná násilné jednání) (JEŽEK, JIRÁK 2014: 110).

S tímto souvisí téma médií a agresivity. Na internetu se projevuje agresivita, reprezentována např. fenoménem „flame wars“, v překladu ohňová válka. Tento pojem je vysvětlován tak, že kdykoliv spolu komunikuje větší počet lidí, je docela dost možné, že si občas „vjedou do vlasů“ byť jen slovně. Někdy k tomu stačí i velmi málo, a může to být zcela neúmyslně, ale i samozřejmě i úmyslně. Pokud nějaký takový příspěvek někoho nadzdvihne natolik, že na něj ostře zareaguje, pak se jeho reakci říká „flame“ (oheň). Následuje- li stejně podrážděná reakce původního autora a celá slovní přestřelka mezi oběma diskutujícími, a někdy i v širším fóru několika „flamerů“, jedná se právě o onu ohňovou válku (ŠMAHEL 2003: 59).

Ohledně negativních vlivů se často připomíná, že média v nás podporují spotřební chování a vedou k větší spotřebě nebo, že v nás mohou potlačovat tvořivost a představivost či, že nás dokonce ohlupují. Nejčastěji v souvislosti s komercionalizací a snahou “vyrobit si“ co největší, nejmasovější publikum. Tato snaha vede k hledání „nejnižšího společného jmenovatele“ přijatelného pro co největší počet uživatelů, což bývá někde v rovině jednoduché zábavnosti, emocionalizace a nepřiměřené trivializace netriviálních témat (JIRÁK, JEŽEK 2014: 110).

Často diskutovaným negativním jevem dnešní doby u síťových médií je předpoklad, že mohou narušovat schopnost kontaktu s živými lidmi. I když pomocí

síťových médií komunikujeme s živými lidmi, máme tuto komunikaci prostřednictvím klávesnice a myši pod daleko větší kontrolou než skutečnou komunikaci s druhými, což je pohodlnější a odvádí to od touhy setkávat se s lidmi naživo (JIRÁK, JEŽEK 2014: 110).

Pospíšil se Závodnou (2009) dokonce uvádějí, že pokud jsou děti dlouhodobě vystavovány médiím, má to za důsledek zdravotní dopady na vývoj mozku, obezitu, zvýšenou agresivitu, předčasnou sexuální aktivitu, užívání drog a alkoholu a špatné školní výsledky (POSPÍŠIL, ZÁVODNÁ 2009: 60).

I přes veliký výčet nežádoucích jevů médií nesmíme zapomenout na některé nepochybně pozitivní vlivy médií. Jsou jimi například nebývalé rozšiřování rozhledu a povědomí o světě, výrazná podpora gramotnosti či zprostředkování jinak těžko dostupných zážitků. Televizní a rozhlasové přenosy koncertů, divadelních představení a sportovních událostí zprostředkovaly tyto zážitky skutečným masám lidí, které by jinak neměly šanci se k nim dostat (JIRÁK, JEŽEK 2014: 110).

Úvahy o vlivu médií nelze omezovat na vliv jednotlivce, posouvají se i na úroveň celé společnosti. Média mají ovlivňovat veřejné mínění, a to především tím, že pomáhají roztáčet tzv. spirálu mlčení, tedy posilují ty názory, které mají (nebo se vinou médií a těch, kteří je ovládají, zdají mít) ve společnosti převahu, a potlačují ostatní (JIRÁK, JEŽEK 2014: 111).

Média ovlivňují stabilitu společnosti, schopnost jejich členů přijímat inovace, roli a postavení jednotlivých společenských institucí a to v oblasti ekonomického, politického i kulturního života společnosti a v oblasti vzdělání (JIRÁK, KÖPPLOVÁ 2007: 180). Média mohou přispívat ke stabilitě společnosti například tím, že členům společnosti v různých podobách předkládají jako správné či samozřejmé ty hodnoty, na nichž společnost stojí (JIRÁK, JEŽEK 2014: 111).

Největším problémem úvah o vlivu médií je nejen to, že vliv je těžko prokazatelný, ale hlavně to, že média nejsou vnější okolností, která by byla od společnosti oddělena a působila na ni zvenčí. *„Média jsou součástí společnosti, jsou „uvnitř“ a jejich vliv je současně vlivem na ně. Je proto obtížné – a možná i zavádějící- o vlivu médií uvažovat a je lépe se pohybovat v myšlenkovém rámci „medializované společnosti““* (JEŽEK, JIRÁK 2014: 111).

Přesto lze říci, že vliv médií je velice široký, kladný či záporný. Proto je velice důležité hovořit o médiích, vysvětlit jejich fungování, a to hlavně dětem. Hlavním a nejdůležitějším prvkem v „televizní výchově“ dětí jsou rodiče. Oni rozhodují nejen

o tom, před kterými pořady děti chránit, ale zároveň i hledají, co dětem doporučit. Rodiče v největší míře doporučují dětem ke sledování pořady, které sami znají ze svého dětství. Významným faktorem je určitě tzv. rodičovský příklad, tedy jaké zvyklosti vidí dítě v domácnosti. V každém případě, přes všechna pasivní systémová, zákonná i například technická opatření, zůstává hlavní a aktivní role ve vztahu dítě a média na rodičích a rodinném prostředí. Děti, ale i dospělí by si měli osvojit důležitou kompetenci dnešní doby – mediální gramotnost (DUSPIVA 2003: online).

1. 3 Mediální gramotnost

Mediální gramotnost jsem již zmiňovala několikrát v souvislosti s funkcemi médií, s možnými vlivy médií na jedince. Mediální gramotnost je důležitá kompetence dnešní doby, kterou by měla ovládat každá osoba ve věku od 15 do 30 let. S médii bychom měli umět vhodně pracovat či spíše spolupracovat, aby nám přinášela užitek, mohli jsme z nich čerpat jejich výhody, inspirovala nás k smysluplnému trávení volného času. Měla by nás naučit, abychom se dokázali správně orientovat v dnešní moderní společnosti prosycené médii.

Být gramotný původně znamenalo umět psát a číst, mít moc nad písemnými znaky. Mediální gramotnost je jednou z novodobě definovaných gramotností, v ideálním případě by měla být stejně tak schopností či kompetencí „číst“ v symbolicky komplikované „knize“ mediálně zachycovaného a konstruovaného světa, jako do ní umět „připisovat“, ovládat její znaky a jejich gramatiku. Dřívější negramotnost pomáhala odstraňovat škola, u mediální by tomu mělo být právě naopak (VRANKOVÁ 2006: online).

Mediální gramotností se zejména rozumí soubor poznatků a dovedností potřebných pro orientaci v málo přehledné a neprůhledně strukturované nabídce mediálních produktů, které vytváří prostředí, v němž se současný člověk pohybuje. To znamená, že je tvořena poznatky na jedné straně potřebnými pro získání kritického odstupu od médií, ale na druhé straně umožňujícími maximální využití potenciálu médií jako zdroje informací, aktivního naplnění volného času. Mediální gramotnost je také tvořena dovednostmi dovolujícími a usnadňujícími tento kritický odstup i maximální kontrolu vlastního využívání médií (MIČIENKA, JIRÁK 2007: 9).

V ideálním případě v sobě zahrnuje znalosti o společenské roli médií, základní poznatky o fungování médií a schopnost určit typ nabízených sdělení, posoudit jejich věrohodnost a vyhodnotit jejich komunikační záměr (NIKLESOVÁ, BÍNA 2010: 33).

Mediální gramotnost lze definovat jako sérii komunikačních kompetencí, které zahrnují schopnost vyhledávat, analyzovat, hodnotit a dále předávat informace v nejrůznějších formátech. Mediálně gramotný člověk je schopen maximálně využívat dostupná média pro osobní rozvoj, uspokojení potřeb a své vzdělání (VRANKOVÁ 2006: online).

Mediální gramotnost se v dnešní době, v moderní a postmoderní společnosti stává jednou ze základních kompetencí člověka. Představuje zejména akcent na zvládání komunikace prostřednictvím nosičů slov, písmen, zvuků a obrazů (NIKLESOVÁ, BÍNA 2010: 33). O mediální gramotnosti lze hovořit jako o rysu informovaného občanství, kontextu sociálně – vědního výzkumu, kulturně – kritické či veřejně – politické otázce a nástroji pedagogického působení (ŠTANCL 2008: 52). Mediální gramotnost úzce souvisí s dobrým občanstvím, mimo jiné i proto, že mediálně gramotný člověk se dokáže aktivně zapojit do společenské komunikace. Do popředí vystupuje důležitost toho, aby občan kriticky vnímal roli médií v občanské společnosti, aby uměl vyhodnotit, do jaké míry jsou média v dnešní době schopna občanům pomáhat v poznání okolního světa, v racionálním rozhodování, ve zjištění toho, co je v jeho zájmu a v nejobecnější rovině pak, aby chápal pojetí veřejné sféry a role médií v demokracii (JIRÁK, WOLÁK 2007: 8).

Význam této kompetence dodává i skutečnost, že se požadavek na pěstování a rozvoj mediální gramotnosti objevuje i v dokumentech evropských orgánů. Komise evropských společenství vydala v prosinci roku 2007 dokument nazvaný Evropský přístup k mediální gramotnosti v digitálním prostředí. Tento dokument definuje mediální gramotnost jako: „*Mediální gramotnost je obecně definována jako schopnost získávat přístup k médiím, chápat a kriticky vyhodnocovat různé aspekty médií a mediálních obsahů a vytvářet sdělení v různých kontextech“* (JIRÁK 2009: 14).

Štancl ve své knize uvádí pět principů mediální gramotnosti:

1. „ Všechna mediální poselství jsou vykonstruovaná.

2. Různí lidé mají rozdílné zkušenosti se stejným poselstvím médií.

3. Mediální poselství jsou vykonstruovaná prostřednictvím jejich vlastního jazyka, který se řídí vlastními pravidly.

4. Média využívají hodnost a názorů.

5. Většina mediálních poselství je konstruována v zájmu dosažení zisku a/nebo moci.“(ŠTANCL 2008: 55).

Úkolem učitele je se na tyto principy ptát, klást správně otázky. Učitel či pedagog volného času by se měl snažit spolu se studenty formulovat otázky a posléze na ně najít i společně odpovědi (ŠTANCL 2008: 66).

Mediálně gramotní lidé by měli být schopni lépe chránit sebe i své rodiny před škodlivým nebo urážejícím obsahem médií (JIRÁK In. MAŠEK, SLOBODA, ZIKMUNDOVÁ 2009: 12). Jsou schopni maximálně využívat dostupná média pro své vzdělání, osobní rozvoj i uspokojení potřeb (POSPÍŠIL, ZÁVODNÁ 2010: 47). Umí porozumět tomu, co vidí, čtou, slyší, dekódují obsah sdělení, umí zaujmout kritický a autonomní postoj. Také mají být schopni selektivity při přijímání konkrétních sdělení, selektivity při volbě médií a úsudku při zužitkování informačních i zábavných sdělení. Mediálně gramotná osoba chápe, že média mají komerční, politické i ideologické implikace, že každé médium má propojenost formy a obsahu (ŠTANCL 2008: 53). Proto je potřeba podporovat rozvoj mediální gramotnosti ve všech oblastech společnosti a zároveň sledovat její pokrok (JIRÁK In. MAŠEK, SLOBODA, ZIKMUNDOVÁ 2009: 12).

Mediální gramotnost je důležitá obzvláště pro žáky a studenty s určitým handicapem, protože je může posílit vůči prostředí. Mediální prostředky jim mohou pomoci se vyjadřovat na vyšší úrovni, než by se jim dařilo verbálně (ŠTANCL 2008: 55).

Základní problémy fungování médií můžeme rozdělit do několika skupin. Zároveň tím lze znázornit témata, kterých se mediální gramotnost dotýká:

1. Média svět neodrážejí. Vše co se v médiích objeví, nejprve prošlo výběrem a zpracováním, které podléhá určitým pravidlům a zvyklostem.
2. Žádná z etap zpracování mediální informace není oproštěna od postupů výběru a zestručnění. Novinář nehraje roli kronikáře, ale především interpreta.
3. Zásadní roli v procesu mediální komunikace hraje publikum, které nelze považovat za unifikovanou masu. Proces interpretace mediálního sdělení je u jedince ovlivněn konkrétními zkušenostmi a okolnostmi jeho života.
4. Mediální komunikace jako složitý sociální systém nepodléhá absolutními vlivu žádné ze složek, které ji ovlivňují.

5. Existuje množství variant ve způsobu vyjádření a prezentace sdělení, které vyplývají z rozdílů mezi jednotlivými komunikačními technologiemi (VRANKOVÁ 2006 : online).

Aktivní vstup médií do sociálně komunikačního života společnosti zvyšuje potřebu členů společnosti znát povahu, podstatu, určující faktory a pravidelnosti tohoto působení. Utváří se tak nová kompetence – mediální gramotnost. Tato kompetence se u jednotlivých členů společnost zvyšuje nerovnoměrně. Média samotná a lidé, kteří v nich pracují, se stále zřetelněji zdokonalují a mají k dispozici stále více poznatků o pravidelnostech své práce a jejich dopadech. Naproti tomu uživatelé médií si k této nové kompetenci hledají cestu zřetelně pomaleji (JIRÁK, WOLÁK 2007: 6).

Nerovnovážný vztah mezi hlavními aktéry mediální komunikace, politickými a ekonomickými aktéry a uživateli vedl k tomu, že se v řadě zemí postupem času zformulovala potřeba systematického vzdělávání uživatelů v oblasti mediální komunikace, která se posléze vyvinula do podoby mediální gramotnosti jako součástí všeobecného vzdělávání. To vedlo k ustavení svébytné oblasti soustavného pedagogického působení označovaného jako mediální výchova. V dnešní době je osvojování základů mediální gramotnosti institucionalizováno do podoby školní i mimoškolní mediální výchovy, jež se realizuje jednak jako soubor volnočasových aktivit, jednak jako součást všeobecného vzdělávání (JIRÁK, WOLÁK 2007: 7).

Mediální gramotnost je tedy schopnost orientovat se v současném světě, v němž velmi významnou roli hrají média. A mediální výchova je jednou z cest, jak posílit demokratický charakter společnosti (ŠTANCL 2008: 52).

1. 4 Mediální výchova

Mediální výchova by nás měla naučit zejména mediální gramotnosti. Vzhledem k tomu, že se zabývám osobami do 15 do 30 let, tedy studenty základních a středních škol, které mají ve školních vzdělávacích programech zahrnutou mediální výchovu, popisuji v této kapitole její principy a cíle. Mediální výchova by tyto osoby měla naučit, jak média prospěšně využívat ve svém volném čase, že mohou být informačním prostředek k trávení volného času.

Současná generace vyrůstá ve společnosti, kterou charakterizuje celá řada zásadních inovací a změn. K velmi zásadním patří jevy a procesy, které napomáhají vzniku informační společnosti, tedy médií, včetně nových informačních

a komunikačních technologií (SAK 2009: 242). Z tohoto důvodu je důležité, že od roku 2006 byla mediální výchova zavedena jako průřezové téma do Rámcového vzdělávacího programu. Mediální výchova by měla překonat propast mezi školou a světem mimo školu, není vzděláváním pouze pro formální vzdělávací systémy (ŠTANCL 2008: 54).

Průřezové téma Mediální výchova v základním vzdělávání nabízí elementární poznatky a dovednosti týkající se mediální komunikace a práce s médii. Jejím hlavním cílem je rozvoj mediální gramotnosti žáků do takové úrovně, aby využívání médií byla činnost, kterou má jedinec co nejvíc pod vlastní kontrolou a již dokáže řídit tak, aby mohl mediální nabídky co nejvíce využít (MIČIENKA, JIRÁK 2006: 16, 215).

Činnosti v oblasti mediální výchovy by měly být založeny na analýze, srovnání a hodnocení mediálních textů. Mediální výchova by měla naučit žáka vybírat, hodnotit a využívat informace z médií, rozhodně není jejím úkolem vychovat z člověka publicistu (DAŇĚK, KOSOVÁ 2004-2005: 52).

Deklarovaným účelem mediální výchovy není to, aby její absolvent uměl profesionálně zacházet s videokamerou či nahrát rozhovor, absolvent mediální výchovy by měl poznat, do jaké míry byl rozhovor, který natočil někdo jiný, nějak upraven, a kdy zůstal v nezměněné podobě. Neboli do jaké míry může důvěřovat tomu, co v rozhovoru vidí a slyší (BÍNA 2005: 25).

Cíle mediální výchovy spočívají také v ochraně dětí a dospívajících před vlivem prezentace násilí a sexuální tématiky, zejména v televizi, dále v požadování pravdivých a objektivních informací o aktuálních problémech. Mediální výchova přispívá ke kultivaci člověka, k ochraně před vlivem reklamy, k ochraně kulturního dědictví a národního jazyka. Mezi cíle se řadí i výchova k občanství, rozvoji občanské společnosti a demokracie a v neposlední řadě předcházení stereotypizaci rodových či etnických identit (ŠTANCL 2008: 56).

Metody používané při výuce mediální výchovy vycházejí především z metod interaktivní výuky, nejčastěji je využívána analýza textu, práce v malých skupinkách, diskuze a brainstorming (MIČIENKA, JIRÁK 2006: 18).

Jednotlivá škola má možnost volby rozhodnout, jakým způsobem bude mediální výchovu realizovat. Nejčastější forma je integrace tematických okruhů mediální výchovy do vzdělávacího obsahu vybraných vyučovacích předmětů. Další možností je forma projektu, anebo kombinace obou variant. Poslední, nejnáročnější formou je realizace mediální výchovy jako samostatného předmětu (DOUBRAVA 2006: online).

1. 5 Členění médií

Média můžeme dělit podle různých kritérií. Lze je například třídit jednak jako celek (média tištěná, vysílací i síťová) a jednak uvnitř těchto základních skupin (JEŽEK, JIRÁK 2014: 15). J. Dominick média dělí na dvě veliké skupiny – tisk a elektronická média. Do tisku zahrnuje noviny, knihy, časopisy a do elektronických médií magnetofonové pásky, gramofonové desky, film, televizi, video a počítačové sítě.
Jiné roztřídění poskytuje M. DeFleur a S. Ballová- Rokeachová. Rozlišují masový tisk, film a média s vysílaným signálem, kam zahrnují telegraf, telefon, rozhlas, televizi a video (VÝROST, SLAMĚNÍK 1998: 127).

Možné je také dělení na média statická a dynamická. Mezi statická média řadíme ta, která nejsou spojena s pohybem, patří sem text, grafika a nepohyblivé obrazy. Dynamická média neboli pohyblivé obrázky, animace a zvuky. Jednotlivá média lze spojovat dohromady. Např. média pohyblivé obrázky a zvuk mohou být distribuovány pomocí určitých komunikačních prostředků – zvukového filmu nebo pomocí televizního vysílání (CHROMÝ 2014: 41).

McLuhan rozděluje média na horká a chladná. Vycházel z poznatku, že některá média mají jiné účinky na příjemce sdělení než některá další. Pro horká média není důležitá příliš aktivní účast či podíl příjemce sdělení na předávání přenášených informací, protože obsahují vysokou míru informací. Nižší účast příjemce sdělení potom vede k určité odtažitosti osobní i sociální. Příkladem může být rozhlas. U chladných médií je naopak vyžadována vysoká osobní účast a aktivita příjemce sdělení, protože obsahují menší míru informací a proto vyžadují mnohem aktivnější smyslové zapojení příjemce sdělení. Za chladné médium lze považovat telefon (CHROMÝ 2014: 43).

Média můžeme z hlediska významu dělit na média v širokém slova smyslu, média v užším slova smyslu a média v nejužším slova smyslu (ŽANTOVSKÝ 2013: 22). V širokém slova smyslu mohou být médii všechny prostředky či prostředníci styku jedné entity s jinou, např. peníze, čas, doprava. V nejširším slova smyslu je médium vše, co je schopno na sebe poutat význam, který je médii přenášen a na základě užívání sdíleného kódu mu obě strany zprostředkovanému styku rozumí. Média mají spíše sociální vliv (ŽANTOVSKÝ 2013: 22).

V užším slova smyslu média slouží primárně ke komunikaci, nikoliv však k masové komunikaci. Mezi média v tomto smyslu patří řeč, neverbální komunikace, umění, školství či například architektura (ŽANTOVSKÝ 2013: 23).

V nejužším slova smyslu jsou média prostředky masové či mediální komunikace – média tištěná, elektronická a nová (ŽANTOVSKÝ 2013: 22).

Média lze třídit také podle kritérií:

1. Dle typu – noviny, časopisy, tiskové agentury, televize, rádia či internetové servery.
2. Dle zaměření – zábava, publicistika, zpravodajství, ekonomika, atd.
3. Dle periodicity – vysílání každý den, jednou týdně, měsíčně, časopisy, týdeníky, deníky.
4. Dle působnosti - média lokální, regionální, národní a mezinárodní (VÁŇA 2012: online).

Tištěná média dělíme obvykle podle periodicity (deník, týdeník, měsíčník), podle obsahu (zpravodajská, zpravodajsko – publicistická média, společenské magazíny, zaměřené na ekonomiku, finance a právo, média o automobilech, sportu, zdraví nebo cestování, zájmová a hobby média). Různé možnosti nabízí také dělení podle zaměření na cílovou skupinu – děti, ženy, muži, teenageři nebo například zahrádkáři (JEŽEK, JIRÁK 2014: 15).

Podle místního rozsahu působení můžeme rozlišovat média celostátní (někdy též nadregionální) a regionální, případně místní (lokální). Řada celostátních médií však nabízí i vlastní regionální přílohy a kombinují tak celostátní obsah s obsahem regionálním (JEŽEK, JIRÁK 2014: 15).

Většina médií nabízí charakteristiku své cílové skupiny na první straně své webové aplikace. Neznamená to ale, že deklarovaný marketingový cíl vydavatele se shoduje s realitou. Vše, co o sobě vydavatel tištěných periodik říká, je potřeba podrobit vlastní kritické analýze (JEŽEK, JIRÁK 2014: 16).

Rozhlasové a televizní vysílání se v České republice dělí především na vysílání soukromé a vysílání veřejné služby, v českém prostředí častěji používán výraz veřejnoprávní vysílání. Podle obsahu se dnes zřetelně vydělují zejména stanice zpravodajské a sportovní. Obsahově úzké specializace se objevují více v zahraničí, ale už i v českém prostředí se objevují například filmové kanály zaměřené na české a slovenské filmy nebo na dokumenty. Většina českých televizních stanic rozlišuje cílové skupiny až u jednotlivých pořadů, i když některé proklamují cílení na rodinu, muže či ženy. Z hlediska dosahu se rozlišuje vysílání celoplošné, regionální a místní. Není vymezenou plochou, kterou vysílání zasáhne, ale počtem obyvatel, kteří vysílání mohou přijímat. (JEŽEK, JIRÁK 2014: 16).

Média lze rozlišovat i podle způsobu financování. Na rozdíl od tištěných médií, internetu a sociálních sítí, které platíme jako každé jiné zboží a zároveň se jako jejich uživatelé dáváme k dispozici reklamního trhu, je vysílání televizní a rozhlasové zatíženo povinností platit rozhlasový, respektive televizní poplatek. Vybrané poplatky slouží k financování veřejné služby poskytované Českou televizí a Českým rozhlasem (JEŽEK, JIRÁK 2014: 17).

U síťových médií stále největší skupinu tvoří webové aplikace tištěných periodik a vysílajících rádií a televizí. Poměrně pomalu vznikala výhradně internetová média, která by neměla svou verzi tištěnou či vysílací. Segmentaci internetových médií určují do značné míry vyhledávače, pracující většinou s převažujícím obsahem periodika (JEŽEK, JIRÁK 2014: 17).

2. Masová komunikace

V této kapitole se budu zabývat jednotlivými druhy masových médií. Komunikujeme pomocí řeči a písma. Pokud chceme, aby komunikace oslovila větší množství lidí, musí do komunikačního procesu vstoupit prostředník, nejčastěji právě médium, masové médium. Komunikace, která probíhá pomocí masových médií, se nazývá masová komunikace. Zmiňovaná média, kterými se zabývám vhledem k cíli práce, využíváme právě k masové komunikaci, proto ji charakterizuji.

Masová komunikace patří k nejcharakterističtějším rysům soudobé civilizace. Umožňuje velkoplošné šíření informací do širokého anonymního a také jazykově a kulturně rozličného publika. Sdělení je šířeno periodicky prostřednictvím prostředků hromadného sdělování, přičemž tok informací je jednostranný, bez možnosti přímé reakce příjemců a jejich kontaktu s komunikátorem (POSPÍŠIL, ZÁVODNÁ 2009: 10).

Každodenní zkušenost s masovou komunikací je nesmírně pestrá. Je dobrovolná a obvykle ji formuje kultura a nároky, které na jedince klade jeho způsob života a sociální prostředí, v němž žije (McQUAIL 1999: 31).

V některých ohledech je velice příbuzná s komunikací interpersonální. Společné má základní komunikační schéma. Schéma zahrnuje původce sdělení – komunikátora, samo sdělení po obsahové stránce – co se sděluje, i po stránce formální – s pomocí jakých prostředků a jakými cestami (kanály) se sděluje, a příjemce sdělení – recipienta. Zároveň je ale specifickým druhem komunikace, odlišných od ostatních druhů komunikace (VÝROST, SLAMĚNÍK 1998: 128).

Specifikace spočívá v několika faktorech. Pro masovou komunikaci je charakteristické, že původcem i příjemcem je především množina lidí (VÝROST, SLAMĚNÍK 1998: 126). Množina osob neboli pojem masa. Masa je charakterizována jako nediferencovaný velký soubor, který má převážně zápornou podobu. Postrádá pořádek a je projevem masové společnosti (McQUAIL 1999: 58).

Dalším specifickým rysem je její veřejný charakter. Znamená to její dostupnost každému potencionálnímu zájemci (VÝROST, SLAMĚNÍK 1998: 126). Tím, že komunikátor předkládá sdělení širokému publiku, činí z něj automaticky sdělení veřejné (POSPÍŠIL, ZÁVODNÁ 2009: 9).

Specifikum masové komunikace je také to, že zpravidla nedochází k přeměnám rolí průvodce, komunikátora a příjemce, recipienta. Role původce a příjemce jsou tu trvale rozděleny, sdělení postupuje jednosměrně od původce k příjemci. Dalším rysem je, že původce a příjemce nejsou v přímém bezprostředním kontaktu (VÝROST, SLAMĚNÍK 1998: 127). Kontakt, který mezi nimi vzniká, je zcela neosobní, probíhá pomocí prostředků hromadného sdělování – médií. To publiku supluje pocit, že je v přímé interakci s komunikátorem a vytvářejí časovou a prostorovou vzdálenost mezi účastníky komunikace (POSPÍŠIL, ZÁVODNÁ 2009: 9).

Skutečný proces komunikace prostřednictvím masových médií nevyhnutelně vede k ustavení vztahů masového charakteru mezi podavateli a příjemci. Tyto vztahy jsou nutně jednosměrné, neosobní a většina masově komunikovaných sdělení pochází z centralizovaných průmyslových či byrokratických organizací, jež mají od svých předpokládaných adresátů značný odstup (McQUAIL 1999: 59).

Proces masové komunikace charakterizuje velký rozsah, jednosměrný tok, asymetrie, propočítaný vztah, standardizovaný obsah, neosobnost a anonymita (McQUAIL 1999: 60).

V masové komunikaci jsou podavateli téměř bez výjimky buď profesionální komunikátoři (novináři, producenti, atd.) zaměstnáváni ustavenými mediálními organizacemi, nebo jiné osoby (inzerenti, výkonní umělci, atd.), jimž organizace umožnila přístup do média (McQUAIL 1999: 59).

Jelikož masová komunikace oslovuje široké publikum, musí mezi něj a komunikátora vstoupit prostředník (médium). Právě k tomuto slouží prostředky hromadné komunikace, tedy masová média (POSPÍŠIL, ZÁVODNÁ 2009: 9).

2. 1 Masová média

Vzhledem k cíli této práce budu v následujících kapitolách popisovat jednotlivé druhy masových médií, které osoby od 15 do 30 let mohou preferovat. Všechna média, na která se v rámci výzkumného šetření respondentů ptám, se řadí mezi média masová, proto je nejprve charakterizuji. Poté už se podrobněji zabývám tištěnými i elektronickými médii, konkrétně rozhlasem, televizí, internetem i novými médii. Jednotlivá média vystihuji podle autorů, poté se na ně ptám respondentů z řad mládeže a zjišťuji, jak jsou v jejich volném čase oblíbená.

Pokud příjemci či uživateli novin, časopisů, vysílání apod. nejsou konkrétní jedinci či skupina jedinců, nýbrž anonymní, jen obecně definované množiny, používáme označení „masová média“. Masová média disponují technickými prostředky a organizačním uspořádáním, jež jim dovolují pravidelně, popřípadě průběžně nabízet anonymní a otevřené množině příjemců sdělení, která mohou informovat, vzdělávat či bavit (MIČIENKA, JIRÁK 2007: 18).

Masmédia jsou jako typ konstituována tím, že se zaměřují vyhraněně kvantitativně, tj. na celé skupiny příjemců a na populární témata. Proces celého jejich fungování ve společnosti má specifickou strukturu: převahu ekonomického modelu, potlačení autora, faktickou absenci kategorie individuálního adresáta v celém modelu a neustálý skrytý manipulační, kontrolní či organizační tlak na adresáty (NIKLESOVÁ, BÍNA 2010: 74).

Masovost mediální komunikace souvisí s rozvojem technických možností výroby a přenosu sdělení, tedy nejprve možnosti tisku a pak s vysíláním elektromagnetických vln. V současnosti se nejvíce rozvíjejí média založená na využití tzv. digitalizace. Tyto technické záležitosti významně ovlivňují možnosti a podobu masové komunikace. Digitalizace umožnila rozvoj celosvětové otevřené sítě zvané internet. Díky němu je možné posílat a přijímat sdělení prakticky okamžitě bez ohledu na skutečnou geografickou polohu odesílatele a příjemce (MIČIENKA, JIRÁK 2006: 22).

Od masových médií se očekává, že přinášejí zpravodajství odpovídající demokratickým hodnotám, tedy takové, které se nemusí shodovat s ekonomickými či politickými cíli novinářů ani vlastníků médií (WINFRIED 2004: 51).

Masová média jsou zdrojem moci – potencionálním prostředkem vlivu, ovládání a prosazování inovací ve společnosti, pramenem informací životně důležitých pro fungování většiny společenských institucí a základním nástrojem jejich přenosu. Jsou významným zdrojem výkladů sociální reality a představ o ní. Z toho důvodu jsou

média místem, kde jsou konstruovány, ukládány a nejviditelněji vyjadřovány změny v kultuře a hodnotách společností a skupin. Jsou zdrojem uspořádaných a veřejně sdílených významových soustav, které empiricky i hodnotově vymezují, co je normální. Odchylky jsou signalizovány a poměřovány tím, co je považováno za veřejně akceptovanou podobu normality (McQUAIL 1999: 21).

Masová média jsou také prostředím, kde se na národní i mezinárodní úrovni odehrává celá řada událostí z oblasti veřejného života a jsou primárním klíčem ke slávě a k postavení známé osobnosti, stejně jako k účinnému vystupování na veřejnosti (ŽANTOVSKÝ 2013: 19).

2. 1. 1 Tištěná média

Tištěná média jsou nejstarší prostředky masové komunikace. Zásadním mezníkem ve vývoji tohoto média byl vynález knihtisku (POSPÍŠIL, ZÁVODNÁ 2009: 38). Do jeho nástupu byla kniha psána a hlavně rozšiřována rukopisně. Knihtisk pomohl rozšířit komunikační styl psaného sdělení, kdy nemusíme mít po ruce autora, abychom se jej zeptali, jak co myslel (BLAŽEK 1998: 255). Sám tisk ovlivnil postupně obsah – směrem k světlejším, praktičtějším a lidovějším dílům, stejně jako k politickým a náboženským pamflektům a traktátům. Kniha hrála roli v proměně středověké společnosti, sehrála neodmyslitelnou úlohu (McQUAIL 1999: 33).

Knihu jako médium lze charakterizovat jako technologie ručního písma, velikým počtem kopií, svázanými stránkami, zbožním charakterem, individuálním užitím, svobodou publikování, rozličným obsahem (McQUAIL 1999: 33).

Vynález knihtisku v polovině 15. století byl zásadním mezníkem i ve vývoji dalšího tištěného média – novin. Noviny se ukázaly vhodným prostředím k prezentaci, výměně a tříbení názorů buržoazie jako nové společenské vrstvy a nadějným nástrojem osvěty a vzdělávání. Již během 19. století pokročila jak technologie výroby novin, tak modernizace společnosti do takové míry, že bylo možné vyrábět rychle dostatečně velký počet kopií. Současně bylo dost gramotných potenciálních čtenářů, kteří ocenili jednoduché a atraktivní čtení. Větší počet výtisků jednoho čísla, distribuce pouličním prodejcem a výnosy z řádkové inzerce dovolily snížit cenu jednoho výtisku natolik, že se noviny staly dostupnými širším čtenářským skupinám a začaly přinášet zisk (MIČIENKA, JIRÁK 2007: 20). První noviny se vyznačovaly periodicitou, komerční podstatou (byly volně v prodeji), mnohostranným využitím (sloužily k informování,

zaznamenávání, inzerování, rozptýlení i k šíření klepů) a veřejným čili otevřeným charakterem (McQUAIL 1999: 34).

Noviny jako médium vycházejí často a pravidelně, mají zbožní charakter a informační obsah. Působí ve veřejné sféře a mají městské, světské publikum (McQUAIL 1999: 34).

Kritériem úspěšnosti dnešních novin se stal zisk, stejně jako v případě každého komerčního média. Zisk plyne vydavatelům především z inzerce. Současné noviny dělíme podle různých kritérií. Nejčastěji podle četnosti vycházení – deníky, obdeníky, týdeníky, čtrnáctideníky, měsíčníky a občasníky. Dále dělíme tisk podle dosahu. Může být mezinárodní, národní, regionální nebo lokální. Také je možné dělení podle serióznosti obsahu. Na našem trhu lze najít seriózní a bulvární deníky. V současné době je na našem trhu okolo tří tisíc titulů, z nichž nejprodávanější jsou Blesk, MF Dnes, Právo, Lidové noviny a Hospodářské noviny (POSPÍŠIL 2011: 38).

Mezi tištěná média patří také časopisy, které jsou vhodné na oslovení konkrétních cílových skupin. Výhodou časopisů je, že mohou rozvádět témata na více stranách a přinášet další doplňující informace (POSPÍŠIL 2011: 40).

Časopisy lze dělit na tři základní druhy – populární časopisy, odborné časopisy a inzertní periodika. Populární časopisy lákají na předních stránkách fotografiemi známých osobností a využívají pestrobarevné grafiky. Odborné časopisy nabízejí informace čtenářům, kteří mají hlubší zájem o problematiku zveřejňovanou v novinách či jiných médiích. Inzertní média mohou být běžně prodávána, nebo mohou být zdarma. Ještě existuje specifický druh časopisu – firemní zaměstnanecké listy, které si vydává firma sama (POSPÍŠIL 2011: 39).

Tyto základní kategorie lze rozvést na konkrétní typy časopisů. Nejrozšířenější jsou časopisy, které bychom mohli označit jako „nenáročné čtení“, což jsou levná periodika s velmi nenáročným obsahem. Čtenáři těchto periodik jsou spíše lidé s nižšími příjmy se základním a středoškolským vzděláním (POSPÍŠIL 2011: 39).

Dále se můžeme setkat s tzv. tradičními tituly, což jsou žurnály pro celou rodinu, které mají po léta většinou neměnnou formu a stabilní úroveň. Do této skupiny spadají i společenská a politicko – hospodářská periodika. Na trhu můžeme najít také velké množství periodik pro děti a mládež. Nejedná se jen o známá „bravíčka“, ale i o periodika věnující se informacím o počítačových hrách či technických novinkách (POSPÍŠIL 2011: 39).

Hojně rozšířenou skupinu časopisů tvoří exkluzivní tituly – periodika určená jak ženám, tak mužům, především vzdělanějším a z vyšších příjmových vrstev. Velkou popularitu v dnešní době mají časopisy přinášející tzv. všeobecný přehled. Předkládají čtenářům informace z různých oborů a oblastí života z domova i celého světa. Na trhu najdeme i širokou nabídku erotických periodik jak pro muže, tak pro ženy (POSPÍŠIL 2011: 40).

Pro tištěná média, zejména tisk je limitující čas zpracování. Termín, lhůta, kdy musí být novinářův materiál odevzdán, připraven k výrobě a distribuci, je redakční uzávěrka. Důvodem je i v dnešní době časová a technická náročnost, kterou tisk novin a časopisů představuje. S tím úzce souvisí aktuálnost informací. Lidé se nezajímají o událost, která se odehrála před několika dny a v průběhu času absolutně ztratila na významu. Staré, již vyčpělé informace by redakce připravily o čtenáře. To by v době ostrého konkurenčního boje na mediálním trhu, v době, kdy existuje množství alternativních informačních zdrojů, vážně poškodilo ekonomické výsledky firmy (FTOREK 2006: 116).

Tištěná média, nejvíce tištěné noviny nyní zažívají krizi, lidé je přestávají číst, vydavatelé snižují náklad a některá média pomalu spějí k zániku. Může za to neustálý vývoj. To, co zítra vyjde v novinách, je dnes na internetu, a to rychlostí blesku. Lidé tedy nemají potřebu si kupovat informace, které jsou v nejlepším případě den staré. Navíc se snižujícím se prodejním nákladem novin, které logicky přináší prodej inzerentů, mají vydavatelé i menší příjmy a s tím souvisí šetření, mimo jiné i na novinářích. Odráží se to i na kvalitě přinášených zpráv. Často se opakují stejná témata, vyvolávají se rádoby kauzy a nejde se s problematikou do hloubky. Vyhlídka je taková, že ještě více posílí internetová média a mobilní aplikace a výrazně poklesne podíl tištěných médií. Analogový svět bude postupně nahrazován digitálním (HRADECKÁ 2011: online).

Ne všechny názory v probíhajících diskuzích jsou ve vztahu k budoucí existenci tištěných médií pesimistické. Většinou se shodují v tom, že tištěná média, včetně denního tisku sice přežijí, ale budou se muset přizpůsobit změněným podmínkám. Internet se ale ve společnostech s rozvinutými informačními technologiemi zřejmě stane prvotním a hlavním zdrojem zpravodajských informací (JIRÁK, WOLÁK 2007: 121).

2. 1. 2 Elektronická média

Elektronická média stírají časová a lokální vymezení a vytvářejí ze světa „globální vesnici“. Oproti původním médiím jsou charakterizována interaktivitou, multimedialitou, asociativností, víceúrovňovostí a vícesměrností komunikace a distribuce informací (NOVÁKOVÁ 2009: online).

Možnost přenášet signály bezdrátovým radiovým spojením povzbudila práce na významném poli mezilidské komunikace, na bezdrátovém přenosu zvuku a později obrazu se zvukem, tedy na rozvoji rozhlasu a televize (JEŽEK, JIRÁK 2014: 42).

2. 1. 2. 1 Rozhlas

Rozhlasové a později televizní vysílání znamenaly také značně významnou změnu v životním stylu a způsobech vyhledávání zábavy. Dříve, chtěl – li se člověk pobavit poslechem hudby či sledováním obrázků, musel kvůli tomu opustit domov a jít do kina, divadla, kabaretu či baru. Rozhlas a následně televize způsobila přesun těžiště zábavy (ale také získávání informací) do domácností (JEŽEK, JIRÁK 2014: 44).

Hlavní žánrová inovace, společná rozhlasu i televizi, spočívá v jejich schopnosti přímého sledování, přenášení a zaznamenávání událostí ve chvíli, kdy se dějí. Dalším charakteristickým rysem rozhlasu a televize je vysoký stupeň regulace, kontrola a udělování licencí veřejnými institucemi. Navzdory tomu, jak blízko mají rozhlas a televize k moci, prakticky nikdy si nevydobyli jako svoje nezadatelné právo takovou svobodu, aby mohli volně vyjadřovat názory a chovat se politicky zcela nezávisle (McQUAIL 1999: 39).

Rozhlas je médiem, které nemá konkurenci v jednoduchosti výrobních postupů, principů fungování a aktuálnosti. Rozhlas je akustickým médiem, jeho hlavním výrazovým prostředkem je pouze slovo. Hlavní vysílací čas je ráno, tedy doba, kdy lidé vstávají a cestují do práce. Nejčastěji lidé poslouchají rozhlas při cestě autem, v tuto dobu také posluchač vnímá nejvíce vysílaných informací. V ostatních případech nejčastěji slouží rozhlasové vysílání spíše jako kulisa (POSPÍŠIL 2011: 40).

I v případě rozhlasu platí rozdělení na veřejnoprávní a soukromá média. Český rozhlas se všemi jeho stanicemi patří mezi veřejnoprávní média. Jeho posláním je nestranné, objektivní, pravdivé a pohotové informování široké veřejnosti. Soukromé rozhlasové stanice považujeme za místní média, přestože některé mají celorepublikový dosah. V jejich vysílání dominuje hudba. Doménou jsou tzv. kontaktní pořady, tedy

různé písničky na přání, soutěže. V posluchači mají za úkol vytvořit dojem, že se přímo zúčastní na vysílání stanice, že je jeho součástí (POSPÍŠIL 2011: 41).

Nespornou výhodou rozhlasu je aktuálnost. Moderní rozhlasové stanice jsou schopné informovat o událostech prakticky v přímém přenosu. Stejně tak výroba rozhlasových pořadů je velmi operativní a není technicky náročná (POSPÍŠIL 2011: 42).

2. 1. 2. 2 Televize

Televize je v našich podmínkách nejvýznamnějším médiem, je médium, které nevyžaduje od příjemce sdělení (diváka) prakticky žádnou aktivitu. Stačí televizi pustit a dívat se. Nesporou výhodou televizního vysílání je kombinace vizuálních a sluchových možností šíření sdělení, což má za výsledek zesilující efekt vnímání sdělení. Audiovizuální komunikace je jednou z nejúčinnějších forem mediální komunikace. Pro vyjádření sdělení lze v televizi využít obrazu, barvy, pohybu, slova, hudby, zvuku, animace či triků (POSPÍŠIL 2011: 42).

I televizní prostředí je rozděleno na veřejnoprávní a soukromé televizní stanice. Veřejnoprávní je Česká televize se všemi svými kanály. Jejím posláním je informovat, vzdělávat a vychovávat nejširší skupiny publika. Soukromé televize jsou na českém trhu od roku 1994, kdy své vysílání spustila televize Nova (POSPÍŠIL 2011: 42). Televizi lze považovat za nejvýznamnější informační zdroj. Platí pravidlo, že co nebylo v televizi, jako by neexistovalo. Stejně jako u rozhlasu může televize informace sdělovat velmi rychle, ovšem stejně rychle pomíjí jejich význam. Jakmile je informace odvysílána, ztrácí na významu a je okamžitě překrývána informacemi následujícími. Vystoupení v televizi má svá specifika, prezentovaný text by měl být krátký a jasný, měl by být pečlivě připraven po obsahové i formální stránce. Oproti rozhlasu je v případě televize důležitá i podoba mluvčího, neboť informace se přenášejí i vizuálně (POSPÍŠIL 2011: 43).

Z hlediska komunikace sdělení je televizní vysílání omezeno svou širokospektrálností. Nevíme, kdo a v jaký čas bude televizi sledovat. Celkový počet televizních diváků se často mění podle denního času a aktuálního televizního programu (POSPÍŠIL 2011: 43). Schéma televizního vysílání se snaží přizpůsobit životním časům jednotlivých skupin ve společnosti. Jiný časový harmonogram mají během dne například děti, matky v domácnosti, podnikatelé či senioři. Televizní vysílání se snaží

přizpůsobit způsobům, jimiž jednotlivé skupiny tráví svůj čas, a proto pořady pro ně určené jsou vysílány v době, kdy mají největší šance danou skupinu oslovit (ŠEBEŠ 2009: 70).

S tím souvisí programové či vysílací schéma televizních stanic. Pečlivě strukturovaný a co možná nejstabilnější časový plán, který určuje, jaký typy pořadů a programových bloků, v jaké návaznosti a v jakém čase bude stanice vysílat. Programové schéma a následně vysílání televize odráží především cyklický čas každodenního života diváků. Jeho základním principem je opakování. Konkrétní obsah vysílání se sice mění ze dne na den, ale samotné časové struktury vysílání zůstávají neměnné. Televizní vysílání se zároveň snaží kopírovat předpokládané časové vzorce každodennosti diváků: kdy odcházejí do školy (práce) a kdy se z ní vrací, kdy jsou časy společných jídel, kdy je rodina během dne pohromadě, kdy jsou děti ukládány do postele. Zejména rytmus večerního vysílání se snaží věrně napodobit rytmus večera v předpokládané běžné domácnosti. Podvečerní čas, kdy je v domácnosti velmi rušno a pozornost diváků je nestabilní, je ve vysílání vyhrazen pořadům magazínového typu, které nevyžadují příliš velké soustředění. Během večera jsou uváděny delší pořady se souvislejším dějem (ŠEBEŠ 2009: 69).

Médii šířená popkultura, zvláště televizní seriály, podle Johnsona nesnižují inteligenci, ale procvičují mozky. Televizní repertoár obsahuje všechny klasické a módní formy, které trénují mozky, a ovlivňují hlavně sociální a emoční inteligenci, učí dekódovat vizuální vzrušení a nutí diváka ke kontextuální orientaci. Podle tohoto autora jsou reality show perfektní kurzy, jak se v životě chovat v různých situacích. Podporují sociální a emoční inteligenci tím, že jim předvádějí náhlé změny společenské situace, a diváci jsou konfrontováni s lidmi, kteří se v nich musí angažovat. Děti jsou díky reality show nuceni analyzovat komplikované vztahy, se kterými by se jinak nesetkaly (HVÍŽĎALA 2005: 252).

Sledování televize uspokojuje některé důležité psychické potřeby člověka, zejména potřebu zábavy. Televizní vysílání může být také výchovným prostředkem – pedagogický aspekt je přítomen v aktivním přístupu ke kultuře nepřímým kontaktem s kulturními díly. Hlavním problémem televizního vysílání z hlediska obsahu je přemíra negativních společenských jevů s prvky násilí, kriminality, pornografie apod. (KROUŽELOVÁ 2010: 67).

V posledních letech se mohlo zdát, že televize jako médium je na ústupu. Rychlý nástup internetu a s ním spojený rozvoj možností on – line přenosu sdělení, měl

odsunout televizi, což se ovšem nestalo. S rozvojem digitálního vysílání se televizi otevírají nové možnosti, které z ní činí velice moderní médium (POSPÍŠIL 2011: 42). Digitální vysílání umožňuje plný rozvoj virtuálních technologií, interaktivních a vkládaných prvků, vč. virtuální reklamy. Virtuální technologie, zahrnující statické i dynamické virtuální prvky, které mohou ovlivnit a zlepšit uživatelský komfort, zejména u sportovních přenosů (DUSPIVA 2004: 11).

Doposud bylo televizní vysílání pouze jednostranné, televize vysílala sdělení a divák na něj nemohl přímo reagovat. Technologie digitálního vysílání však umožňuje v mnoha případech okamžitou interakci diváka (POSPÍŠIL 2011: 42).

Společným rysem nejnovějších hromadných médií je, že všechny využívají obrazovky. Význam tohoto společného jmenovatele ale nebývá domyšlen, protože se jedná o média v mnoha ohledech odlišná (BLAŽEK 1998: 267).

Počítač je zásadně důležitý z důvodu, že v čistě technické rovině umožňuje vzájemnou propojitelnost různých přístrojů do systému, využívání stále větší a stále rychlejší rostoucí disponibilní paměti. Některé rysy počítače spolu s monitory vnesly do nových médií, představují ve svém úhrnu cosi jako jejich nový styl. Všechny najdeme rozptýlené už dříve, počítač je však vzájemně propojuje a vystupňovává do nebývalé míry (BLAŽEK 1998: 267).

2. 1. 2. 3 Internet

Internet je kombinací všech typů médií, jejich doplněním. Jeho hlavní doménou je aktuálnost a rychlost přenosu sdělení (POSPÍŠIL 2011: 43). Internet je stejně revoluční jako kdysi knihtisk. Zatímco knihtisk umožnil informace získávat ve zmnoženém originálu, internet umožňuje informace publikovat, přičemž je jen na uživateli samotném, co a v jaké původnosti, gramatické správnosti a grafické podobě využije (VERNER 2007: 58).

Internet je anonymní, reálný. Není dobrý ani špatný. Je odrazem světa jako sama žurnalistika, zrcadlem lidí před ním se pohybujícím (VERNER 2007: 58). Internet představuje médium, které dává prostor globální komunikaci, a to má výrazný vliv na formování společnosti. Internet neposkytuje pouze jednostranné informace, ale dává prostor k mnohostranné komunikaci, z tohoto důvodu můžeme tvrdit, že internet je druh sociální interakce jako vzájemná výměna informací (KEKLAR In JIRÁK, KÖPPLOVÁ, KOLLMANNOVÁ 2009: 335).

Dnešní možnosti internetové komunikace stírají rozdílné chápání představ individuálního ovlivňování a masové komunikace jako jednostranného komunikačního procesu. Dnes o internetu hovoříme jako o interaktivním masovém médiu (KEKLAR In JIRÁK, KÖPPLOVÁ, KOLLMANNOVÁ 2009: 335). Jeho nespornou výhodou je interaktivita, díky níž je možná okamžitá reakce publika, a hypertextualita, která umožňuje podívat se na problém z více stran (POSPÍŠIL 2011: 43).

Základním znakem internetového zpravodajství je trivializace, která se projevuje odklonem od rozebírání skutečné podstaty problému. Místo, aby byly problémy uváděny do souvislostí, tyto souvislosti hierarchicky vysvětlovány a syntetizovány, zjednodušují se a výsledkem jsou krátké zjednodušené a leckdy i zlehčující rešerše. Na hlavních českých zpravodajských serverech lze vidět v podstatě totéž – záplavu krátkých zpráv, ve značné míře převzatých ze zahraničních internetových zdrojů. Evidentní je snaha donutit uživatele internetu klikat na co nejvíce linků odkazujících na stejný server, protože tak bude dosaženo největšího počtu zobrazení reklamy. Četba delšího a komplikovaného textu, zvláště vyžaduje- li soustředění a zapojení analytického myšlení, je pro valnou část populace nad její schopnosti (VERNER 2007: 60).

Internet je médium, jehož hnací silou je uživatel. Zda se daná webová stránka stane sdělením masové komunikace, rozhoduje nejen komunikátor, který ji vytváří, nejen systém, který mediální produkt distribuuje, ale především příjemce sdělení, který si danou webovou stránku vyhledá a začne ji pravidelně navštěvovat. Na internetu, který je dnes univerzálním médiem pro sdílení informací, více než kde jinde rozhoduje nikoliv chování toho, kdo se nějaké sdělení rozhodl komunikovat, ale chování toho, kdo se rozhodl toto sdělení přijmout. Tuto volbu máme sice i u tradičních médií, ale možnost výběru a tím i význam volby je u nich o několik řádů nižší než u internetu (JIRÁK, WOLÁK 2007: 119).

Internetová generace počátku třetího tisíciletí nejeví mnoho zájmu o zdroje a odborné autorizované analýzy, které vyžadují čas a přemýšlení. Většinový uživatel internetu chce mít po ruce sdělení co nejdříve, zjednodušeně, srozumitelně, nejlépe vizuálně prezentované, psané jednoduchým jazykem, nejlépe v zábavném stylu zpracování. Vrcholem spokojenosti je, když nacházený informační materiál obsahuje návod řešení (VERNER 2007: 59).

Internetový svět je pohodový. Příjemci internetového zpravodajství s anotacemi, odkazy, mají příjemný pocit, že se rychle stávají odborníky na cokoliv a navíc jsou

v centru dění a mohou příslušné prezentované problémy ovlivňovat. Takto by se dal charakterizovat internetový člověk- homo internetus (VERNER 2007: 60).

Zásadní silnou stránkou internetu je možnost předávání aktuální informace právě teď a tady a bez jakýchkoliv hranic (POSPÍŠIL 2011: 43). Internet změnil, případně přinesl mnoho nových činností a služeb, které internet nabízí. Email, chat, nejrůznější informační služby, internetové telefonování, výměna textů, zvuků a obrazů počínaje a tzv. sociálními weby a síťovými hrami konče. V internetové komunikaci se zrcadlí vesmír sociální reality současného světa, charakter jeho obyvatel i našich mezilidských vztahů. Internet a web není jenom tím, čím je. Internet je a bude také tím, co z něj uděláme, jak ho oslovíme, jak a kterých jeho služeb budeme využívat (JIRÁK, WOLÁK 2007: 118).

Slabou stránkou je důvěryhodnost informací na internetu zveřejněných, dostupnost připojení k internetu či devalvace článků následnými diskuzemi (POSPÍŠIL 2011: 43). Negativem může být příznak degenerace lidského bytí unikajícího z reálného světa, zanedbávající své sociální kontakty, které nahrazuje bezproblémovou virtuální realitou. Hrozí také nebezpečné vytváření nezdravé závislosti na používání internetu, která se nemusí vázat jen na účast v síťových hrách a na nekonečná chatování v internetových komunitách, ale bohužel někdy i na bezcílné a neúčelné surfování po síti odvádějící pozornost od jiných naléhavějších úkolů každodenního života (JIRÁK, WOLÁK 2007: 119). Komunikace na internetu dokáže nahradit sociální interakci. Je potřebné se zamyslet, či preferovat on-line média a získávání informací z on-line prostředí není práce zničující prvek sociálního prostředí a nepůsobí jako hrozba osobního kontaktu (KEKLAR In JIRÁK, KÖPPLOVÁ, KOLLMANNOVÁ 2009: 335).

Internet nabízejí také veřejné knihovny. Knihovny poskytují podle knihovního zákona veřejné knihovnické a informační služby, mezi něž patří i umožnění přístupu k informacím na internetu, ke kterým má knihovna bezplatný přístup. Provozovatel knihovny je povinen ho poskytovat bezplatně (ZÁKON č. 257/2001).

2. 1. 3 Nová média

Můžeme se setkat s pojmem „stará“ a „nová“ média. Toto pojmenování souvisí právě se změnami vyvolané digitalizací. Média, která vznikla nebo se zásadně změnila po nástupu digitalizace, označujeme jako „nová“ (MIČIENKA, JIRÁK 2006: 23).

„Stará“ a „nová“ média se liší v podobě „nabídky“. U starých médií je nabídka hotová: časopis či noviny lze přečíst (případě vytrhnout stránku), televizní či rozhlasové vysílání lze zhlédnout nebo vyslechnout (popřípadě vypnout). Nanejvýš je možné vybrat si konkrétní stanici či titul (MIČIENKA, JIRÁK 2006: 23). Role příjemce se proto jeví spíše jako pasivní a celá komunikace jako málo interaktivní (MIČIENKA, JIRÁK 2007: 18).

U „starého“ média jde o jednostranný přísun informací, dějů a zážitků skrze určité médium. O přísun se stará skupina profesionálů. Vždy to bylo právě médium, které rozhodovalo, co se bude a nebude psát nebo točit, co bude tématem diskuzí, nikoliv divák, čtenář či posluchač. Nové médium je jeho přesným opakem. Hybatelem nových médií je kdokoliv z nás (FRIDRICH 2011: online).

Elektronická média mají schopnost přetvářet kulturu a podoby vědomí, ale také nově zařazují do spektra již existujících komunikačních forem, aniž by vytěsňovaly nebo ničily ty staré. Platí ale, že písmo nezpůsobilo krach mluveného diskurzu, proměnilo ovšem funkci řeči a lidské paměti. Stejně tak televize neodstranila četbu a psaní a telefon se nestal dokonalou náhražkou písemné korespondence. Současně však platí, že začlenění nového média do kultury posouvá funkce, důležitost a vlivy starších médií (MEYROWITZ 2006: 28).

Termínem nová elektronická média se rozumí soubor inovací soustředěných kolem systému, jehož podstatou je vizuální zobrazovací jednotka (televizní obrazovka) spojená s počítačovou sítí. Hlavními rozdíly, jimiž se liší od „starých“ médií jsou decentralizace, vysoká kapacita, interaktivita a flexibilita formy, obsahu i užití (McQUAIL 1999: 41).

Nová média jsou ta, která umožňují oboustranný pohyb. Informace proudí jak z médií k uživateli, tak mezi lidmi a médiem ve virtuálním prostoru. Podoba informace se neustále zdokonaluje. Díky YouTube a podobným sítím má audiovizuální podobu. Pomocí Facebooku a Twitteru se šíří tak efektivně a rychle, že je využívají i světové zpravodajské agentury. Nová média aktivizovala dosud klidný svět (FRIDRICH 2011: online).

Nová média dovolují větší aktivitu při výběru: internetové stránky umožňují individuální volbu témat, které nás zajímají nebo stahování hudby podle vlastního vkusu. Výhoda spočívá v tom, že založení internetové stránky není finančně příliš náročné a stačí pouze příslušné znalosti a přístup k internetu. Nezamýšleným důsledkem je ale obrovský nárůst internetových stránek, je jen velmi obtížné se v nich orientovat. Nabídka mnohonásobně převyšuje poptávku a nejcennějším zbožím se stává čas

a pozornost příjemců. Proto se tato média ve skutečnosti masovými většinou nestanou, ale potencionálně tuto možnost samozřejmě mají (MIČIENKA, JIRÁK 2006: 22).

Začátek „revoluce“ z hlediska nových médií byl při vzniku počítačů, internetu. Ale stále se nemohlo mluvit o novém médiu, šlo pouze o nové přístroje, nový archiv a telefonní seznam ve virtuálním světě. Revoluce přišla postupně s emailem, blogem, sms zprávou, fotoaparátem a kamerou v mobilním telefonu, sociální sítí YouTube, Facebookem a lokalizačními aplikacemi. Změnila se distribuční síť pro data a informace a sám smysl, proč a jak tato data ve společnosti šířit. Změnilo se i chování lidí, způsob, jak komunikujeme, konzumujeme informace a zážitky (FRIDRICH 2011: online).

2. 1. 3. 1 Sociální sítě

Vzhledem k věkové zaměřenosti této práce popisuji také sociální sítě, jakožto fenomén dnešní moderní společnosti. Zabývám se jejich charakteristikou, negativy i pozitivy, dělením. Popisuji Facebook, sociální síť, která nyní v České republice dominuje. Zabývám se jím i ve výzkumném šetření, ptám se na názor na něj a na komunikaci s přáteli, zda více probíhá osobně, či pomocí Facebooku.

Sociální sítě můžeme definovat jako systém, který umožňuje vytvářet a udržovat seznam vzájemně propojených kontaktů. Sociální sítě nám umožňují snadný způsob sebeprezentace. Uživatelé zde uvádějí své osobní údaje, zájmy, vlastnosti, atd. a tyto informace se stanou veřejně dostupnými pro další uživatele (NOVÁKOVÁ 2009: online). S tím souvisí to, že je velice důležité si uvědomit, že to, co na internetu zveřejníme, už většinou nemůžeme vzít zpět. Je potřebné si pečlivě rozmyslet, co o sobě chceme sdělovat. Denně je také prostřednictvím sociálních sítí ukradeno několik desítek identit, aniž by o tom mnohdy uživatel věděl (BEZPEČNÝINTERNET. CZ: online).

Lidé se mohou v rámci sítě navzájem vyhledávat, navázat kontakty a tímto způsobem vytvářet virtuální komunitu. Sociální sítě umožňují svým uživatelům zjistit, zda osoby, které znají, neznají někoho, koho by také rádi poznali. Tímto způsobem lze najít své stávající, ale i nové přátele, partnera, zaměstnání i zákazníky (NOVÁKOVÁ 2009: online).

Sociální sítě nabízejí mnoho služeb – vytváření vlastních fotoalb, videoalb, deníčků, apod. V posledních letech se webové portály, které se specializují na vytváření sociálních sítí, zaměřili na podporu doplňkových služeb, které přimějí uživatele trávit ve virtuálním světě více času. Jde například o možnost hodnotit filmy, vytvářet seznam

navštívených zemí. Nicméně stále se jedná o doplňkové služby, hlavním důvodem, proč uživatelé do těchto sítí vstupují a zůstávají zde, jsou jejich přátelé, s kterými danou síť utváří (NOVÁKOVÁ 2009: online).

Nová média začali respektovat i tradiční hráči. Twitter využívají novináři, YouTube nevládní organizace i vlády, amatéři i profesionálové z marketingu, blogující politici i pouzí nadšenci, mladí i staří. Facebook a lokalizační sítě nám spojují a efektivně usnadňují sdílení jakéhokoliv obsahu a jeho distribuce napříč planetou a generacemi (FRIDRICH 2011: online).

Nová média se dostávají i do tradičních médií, televize. V roce 2011 vznikla v České televizi specializovaná divize Nová média. V souvislosti s její činností se na obrazovkách stále častěji objevují ti, kteří mají zcela specifickou náplň práce – sledovat dění na sociálních sítích a být na nich aktivní. Facebook, Twitter či Google jsou místa, kde se snaží veřejnoprávní televize prorazit. Sociální sítě jsou efektivní a jejich rychlost je nenapodobitelná (PÍTROVÁ 2013: online).

Sociální média lidem přinášejí sílu a moc, která jim umožňuje tlačit na podniky, aby se chovaly lépe. Jakmile jednou dojde k poškození pověsti, je téměř nemožné ji zastavit. Proto i firmy si musí osvojit lepší způsoby chování a za klíčové hodnoty, jimiž se budou ve všem řídit, musí přijmout transparentnost a autenticitu (WALTER 2013: 11).

Média chtějí po občanech, aby byli aktivní na sociálních sítích. Téměř v každém speciálním vysílání, ať už jde o volby, nebo přírodní katastrofu, nechybí přehled toho, jak se k události staví uživatelé sociálních sítí. Škála reakcí se pohybuje od hospodářských řečí, přes použitelné názory až po inspirativní náměty k dalšímu novinářskému zpracování (PÍTROVÁ 2013: online).

Dnešní sociální sítě jsou skutečným fenoménem. Mají miliony členů a už se neomezují jen na studenty, jak v začátcích. Některé sítě jsou konkrétněji zaměřené, například LindkedIn je typem sociální sítě, kde se „scházejí“ různé profese, ale je pouze pro Čechy znalé angličtiny. U nás, kvůli češtině, je nejčastěji používán Facebook. Facebook slouží k propojení přátel a známých a k vzájemnému sdílení (zveřejňování) informací, videa, fotografií, zajímavých odkazů. Může být komunikačním prostředníkem, správcem alb s písněmi, hlídačem narozenin známých a rodiny (KULHÁNKVÁ, ČAMEK 2010: 9).

Facebook je sice firmou technologickou, avšak jejím nejvlastnějším jádrem a osou její činnosti technologie nejsou. Do středu všeho klade lidi a jejich společenské potřeby.

Pro Facebook je přízračné trvalé úsilí o to nabízet uživatelům neustále nové možnosti, jak navazovat a udržovat spojení se svými přáteli. Poslání Facebooku, které vyjádřil jeho zakladatel Mark Zuckenberg zní: "*Posláním Facebooku, jenž byl založen v roce 2004, je činit svět otevřenějším a propojenějším. Lidé používají Facebook, aby udržovali spojení se svými přáteli a rodinami, zjišťovali, co se právě děje ve světě, a aby sdíleli a vyjadřovali to, co je pro ně důležité"* (WALTER 2013: 59).

Sociální média, hlavně Facebook, jsou takřka ideálním médiem zpětné vazby. Umožňují publiku komunikovat s autorem stránky či skupiny. Uživatelé mohou reagovat nejen na komunikátora, ale i na sebe navzájem, mohou sdílet a komentovat témata, mohou je provazovat, vracet se k opuštěným či nabízet nová. Tyto výhody a vlastnosti jsou vykoupeny značnými náklady na moderování, řízení diskuzí a faktem, že komunikace na Facebooku není nikdy zcela pod kontrolou (BEDNÁŘ 2011: 206).

Problematikou Facebooku je mj. fakt, že jde o zahraniční firmu, tudíž jeho aktivity podléhají americkému právu. Řešení problémů je zdlouhavé a je nutná znalost anglického jazyka. Provozovatele v podstatě nezajímá, jací uživatelé se zde zaregistrují. Je umožněno zaregistrovat se komukoliv, kdo uvede věk nad 13 let. Výsledkem je, že české děti v páté třídě základní škol už jsou běžně na Facebooku (ECKERTOVÁ, DOČEKAL 2013: 29).

Facebook a další sociální sítě přinesly řadu nebezpečí. Děti sdělují své osobní informace a sdílí je. „Přátelí" se s lidmi, které vůbec neznají, bez zábran navazují nové kontakty. Věří tomu, že na Facebooku i internetu obecně mohou mít soukromí. Na Facebooku navíc prakticky nemohou nebýt – ve škole by se cítily sociálně vyloučené. Značné rozšíření mobilních telefonů s fotoaparátem navíc vede k tomu, že děti a mládež zcela nekontrolovaně zaplavují své sociální sítě fotografiemi, z nichž řada je zcela nevhodná (ECKERTOVÁ, DOČEKAL 2013: 29).

Mezi další nebezpeční na sociálních sítích můžeme řadit například kyberšikanu, kybergrooming, sexting, kyberstolking. Kyberšikana neboli šikana, která se odehrává ve světě informační a telekomunikační techniky. Jde o jednání, které má oběť záměrně ohrozit nebo jí ublížit prostřednictvím prostředků informační techniky (BURDOVÁ, TRAXLER 2014: 12). Kybergrooming je jednání osob na internetu, které spočívá ve zmanipulování vyhlédnuté oběti, například prostřednictvím sociální sítě, nejčastěji za účelem osobního setkání. Při osobním setkání pak může dojít například k fyzickému napadení oběti či sexuálnímu zneužití (KOLOUCH, DVOŘÁK, NAJMAN, JANÍKOVÁ 2014: 41).

Jednou z podob nebezpečného chování v prostředí internetu a zejména sociálních sítí je tzv. sexting. Jedná se o poměrně nový fenomén, spojený s mohutným rozšířením funkcí informačních a komunikačních technologií. Jde o elektronické rozesílání textových zpráv, fotografií či videa se sexuálním podtextem. Následně použije pachatel získaný choulostivý materiál k vyhrožování či vydírání (KOLOUCH, DVOŘÁK, NAJMAN, JANÍKOVÁ 2014: 41)

Za kyberstalking je označováno jednání, které spočívá v opakovaném kontaktování oběti například zasíláním SMS zpráv, e-mailů, telefonátů, messengery. Jednání útočníka se zpravidla stupňuje a vyvolá u oběti obavy o svoje soukromí, zdraví, či život. Pro kyberstlakery je charakteristická jejich vytrvalost a systematičnost, přičemž není neobvyklé, aby měl kyberstalker vytvořenou celou řadu falešných identit (KOLOUCH, DVOŘÁK, NAJMAN, JANÍKOVÁ 2014: 42).

Vědci dokonce navrhli používat nový termín Facebook deprese, definované jako deprese, která se vyvíjí, když dospívající tráví hodně času na sociálních sítích, jako je Facebook, a pak se u nich začnou projevovat příznaky klasické deprese. Intenzita on-line světa je považována za faktor, který může vyvolat depresi u některých dospívajících (O'KEEFFE, CLARKE- PEARSON 2011: 24).

Z hlediska internetu a jeho možných rizik je proto nutný komplexní přístup v oblasti preventivních aktivit. Je důležité preventivně působit na všechny zúčastněné osoby. Preventivně působit na děti ve školách, ale i na rodiče. V Americe vystihují i roli pediatrů. Pediatr může pomoci rodičům pochopit, že to, co se děje on-line, může být užitečné, jak pro ně, tak pro dospívající, jen je potřebné s dětmi o tom mluvit a zavést určitá pravidla (BURDOVÁ, TRAXLER 2014: 12, O'KEEFFE, CLARKE- PEARSON 2011: 24).

Sociální sítě patří do kategorie sociálních médií. Do sociálních médií patří ještě blogy, diskusní fóra, weby s obsahem vytvářených uživateli, sociální záložkovací systémy, sdílená multimédia a virtuální světy. Mezi nejznámější servery, jež se zaměřují na vytváření sociálních sítí, patří Facebook, Twitter, portál MySpace, zaměřující se spíše na hudbu a videa, komunitní služba Ortuk, Friendster, LidkenIn. Mezi další oblíbené sociální sítě patří například Hi5 či Classmates, obdoba české služby Spolužáci.cz (NOVÁKOVÁ 2009: online). Z Facebooku mládež mnohdy odchází na jiné sociální sítě, zejména kvůli potřebě více soukromí. Využívají například WhatsApp, kde fotografie posílají přímo přátelům, nesvěřují se Facebooku a tím v podstatě celému světu (DOČEKAL 2013: online).

YouTubeři, tvůrci obsahu na sociální síti YouTube, disponují velkým vlivem na mladé publikum, díky čemuž vzrůstá i zájem zadavatelů reklamy o spolupráci s nimi (VANÍČKOVÁ 2015: online). Velké oblibě se zejména u dospívajících dívek těší videa „vloggerek“, které pokrývají nejrůznější témata blízké mladým slečnám. Kromě vtipných scének jsou časté všelijaké návody a rady z odvětví kosmetiky a módy (JAHN 2015: online).

YouTuběři jsou novodobé celebrity, které mají na mladou generaci větší vliv, než klasické televizní hvězdy. YouTube dává prostor vyniknout prakticky všem. Stačí mít webkameru, být kreativní a nebát se nechat fanoušky nahlédnout do svého soukromí. Vyniknout ale dokáží skutečně jen ti nejlepší. Mezi nejznámější české YouTubery patří Hoggy, Stejk, Jirka Král, MenT, Teri Blitzen, GetTheLouk či PetraLovelyHair (RŮŽIČKA 2015: online).

3. Volný čas

Cílem mé práce je zjistit preferování médií právě ve volném čase mládeže, z tohoto důvodu v této kapitole popisuji volný čas z různých pohledů. Věnuji se volnému času v souvislosti s mládeží, protože tato věková skupina má určitá specifika, zejména v možnosti pedagogického ovlivňování. Samozřejmě jsem nevynechala kapitolu volný čas a média, které v dnešní době spolu velice úzce souvisejí a pro celou tuto práci jsou oba pojmy zásadní. Jejich spojení se věnuji v otázkách s respondenty ve výzkumném šetření.

Volný čas lze definovat jako *“Souhrn činností, které může člověk provozovat s plnou libovůlí, buď pro odpočinek nebo pro pobavení, či pro rozvoj svých znalostí nebo nezištné školení, pro svou dobrovolnou účast na společenských záležitostech nebo svobodnou tvůrčí činnost poté, když se uvolnil ze závazků pracovních, rodinných i společenských“* (HÁJEK, HARMACH, HOFFMANN 2004: 25).

Volný čas můžeme chápat jako opak nutné práce a povinností, dobu, kdy si své činnosti můžeme svobodně vybrat, děláme je rádi a dobrovolně, přinášejí nám pocit uvolnění a uspokojení. Pod pojem volný čas běžně zahrnujeme zábavu, rekreaci, odpočinek, zájmové činnosti, dobrovolné vzdělávání. Také dobrovolně společensky prospěšnou činnost i časové ztráty s těmito činnostmi spojené (PÁVKOVÁ 2001: 15).

Pokud mluvíme o volném čase, máme na mysli určité časové úseky v lidském životě, pro které je charakteristické přídavné jméno „volný“. Toto sousloví lze chápat

neutrálně, jako čas, který není (dosud) ničím naplněný, anebo pozitivně – svobodný čas (čas, který v sobě má potenciál svobody), případně negativně, nenaplněný (promarněný, zbytečný) čas (KAPLÁNEK 2012: 24).

Volný čas můžeme definovat pozitivně anebo negativně. Pozitivní definice se pokouší vymezit volný čas na základě jeho vlastní kvality, tedy jako čas, s nímž může jedinec svobodně nakládat. Negativní definice volného času vychází z vymezení volného času vůči pracovní době (KAPLÁNEK 2012: 24).

Na volný čas lze nahlížet z různých pohledů. Z ekonomického hlediska je důležité, kolik prostředků společnost investuje do zařízení pro volný čas. Z volného času se stalo odvětví, které je využíváno jak pro výchovnou a vzdělávací činnost, tak komerčně. Průmysl volného času je v tržních ekonomikách samostatným a většinou dobře prosperujícím odvětvím, který však často rezignuje na vzdělávací cíle a kultivaci osobnosti (PÁVKOVÁ 2001: 17).

Z hlediska sociologického a sociálněpsychologického hlediska je zapotřebí sledovat, jak činnosti ve volném čase přispívají k utváření mezilidských vztahů, zda tyto vztahy pomáhají kultivovat. Způsoby využívání volného času jsou ovlivněny sociálním prostředím, zejména u dětí. Zvláště silný je vliv rodiny. Jedním ze silně působících sociálních vlivů jsou také hromadné sdělovací prostředky (PÁVKOVÁ 2001: 18).

Z politického hlediska nutno uvážit, jak a do jaké míry bude stát svými orgány zasahovat do volného času obyvatelstva, jaká bude školská politika, zda v rámci školské soustavy bude věnována patřičná pozornost i zařízením pro ovlivňování volného času. Při ovlivňování volného času by stát neměl narušovat jeho základní specifika. Nabídka aktivit pro volný čas by v městech a obcích měla tvořit funkční systém bez preferování institucí, organizací či majetkoprávních vztahů (PÁVKOVÁ 2001: 18).

Zdravotněhygienický pohled na využívání volného času především sleduje, jak lze podporovat zdravý tělesný i duševní vývoj člověka. Zdravotníky zajímá uspořádání režimu dne, hygiena prostředí i sociálních vztahů, hygiena duševního života, respektování křivky výkonnosti jedince. Správné využívání volného času se pozitivně projevuje ve zdravotním stavu člověka (PÁVKOVÁ 2001: 19).

Pedagogické a psychologické hledisko bere v úvahu věkové i individuální zvláštnosti a jejich respektování ve volném čase. Zároveň je zapotřebí uvážit, zda, do jaké míry a jakým způsobem činnosti ve volném čase přispívají k uspokojování psychických i biologických potřeb člověka (PÁVKOVÁ 2001: 19).

3. 1 Volný čas mládeže

Mladí lidé jako účastníci volnočasových aktivit se diferencují podle různých hledisek, která se vztahují:

- k jejich individuální charakteristice, jako je pohlaví, věk nebo etnická příslušnost
- k jejich začlenění v sociálních skupinách, jako je rodina nebo vrstevnická skupina
- k obsahu jejich zájmu a aktivit
- k uplatnění rolí a funkcí účastníka volnočasových aktivit, včetně míry participace. (HOFBAUER 2010: 70).

Specifickou zvláštností volného času dětí a mládeže je to, že z výchovných důvodů je žádoucí jeho pedagogické ovlivňování. Mladí lidé nemají dostatek zkušeností, nedovedou se orientovat ve všech oblastech zájmových činností, potřebují citlivé vedení. Podmínkou vedení je, aby toto vedení bylo nenásilné a nabízené činnosti pestré a přitažlivé, účast na nich dobrovolná (PÁVKOVÁ 2001: 15).

Volný čas dětí a mládeže a péče o něj má z pedagogického hlediska dva úkoly:

1. Bezprostřední naplňování volného času smysluplnými aktivitami rekreačními i výchovně vzdělávacími – tedy výchova ve volném čase.
2. Výchovou k volnému času, která jedince seznámí s množstvím zájmových aktivit, poskytne mu v nich základní orientaci a na základě vlastních zkušeností v různých oborech mu pomůže najít oblast zájmové činnosti, která mu poskytne možnost seberealizace a uspokojení (PÁVKOVÁ 2001: 20).

Volnočasové aktivity, organizované oficiálními institucemi nebo pod vedením pedagoga či animátora mající výchovný potenciál, jednoznačně směřují k pozitivnímu rozvoji osobnosti a ve většině případů respektují i společenský konsensus, jsou tedy prospěšné a společensky nikterak neškodí. Do této velké skupiny můžeme zařadit všechny aktivity organizované např. školou, centry volného času, sportovními kluby, tradičními občanskými sdruženími, nověji podle nového občanského zákoníku spolky jako je mimo jiné např. Skaut, Pionýr a můžeme je označit jako činnosti formální (KAPLÁNEK 2012: 149).

Vedle tohoto oficiálního proudu existuje neméně bohaté spektrum volnočasových činností dětí, mládeže i dospělých, které označujeme jako neformální. „*Nerozvíjí se pod gescí pedagogů, ale naopak často „za jejich zády“, nepěstují se na půdě oficiálních institucí, ale naopak „co nejdéle od nich““*. Odehrávají se často ve specifickém prostředí a nemusí vždy jednoznačně přinášet užitek společnosti (KAPLÁNEK 2012: 149).

Problematické se jeví, že volnočasové aktivity dětí a mládeže, které jsou zcela nestrukturované a nejsou pro ně vytvořeny vhodné podmínky, často neposkytují možnost pozitivní relaxace, realizace a socializace. Vedou naopak k pasivnímu trávení volného času a mnohdy i ke vzniku sociálně patologických jevů. Je tedy nutné vytvářet nabídku volnočasových aktivit, které jsou si jakým kompromisem mezi organizovanou a neorganizovanou formou trávení volného času a která zaujme velkou část tzv. neorganizované mládeže. Nabídka musí být variabilní, v návaznosti na zájem účastníků a nabídku dalších organizací a institucí (VOLNÝ ČAS A PREVENCE U DĚTÍ A MLÁDEŽE 2002: 29).

Děti a mladí lidé mají relativně hodně volného času. Společnost by měla mít zájem na tom, jak děti tráví svůj volný čas. Je samozřejmé, že na prvním místě je to záležitost rodiny. Nelze si ale myslet, že výchovu dětí ve volném čase zabezpečí pouze rodina. Pro tuto funkci má nejen nedostatek času, ale chybí ji i potřebný materiální vybavení a odborná kvalifikace. Rodina též nemůže uspokojit potřebu dětí a zejména dospívajících sdružovat se ve skupinách vrstevníků (PÁVKOVÁ 2001: 16).

O volném čase dětí a mládeže lze hovořit jako o rizikovém faktoru. Jeho množství relativně vzrůstá, avšak kvantita neznamená nárůst kvality. Zanedbání pedagogického ovlivňování volného času by mělo nedozírné důsledky. Kvalitní výchova ve volném čase má výrazný preventivní charakter (PÁVKOVÁ 2001:16, 20).

Základním principem strategie prevence nežádoucích sociálně patologických jevů v resortu školství, mládeže a tělovýchovy je výchova dětí a mládeže ke zdravému životnímu stylu, k osvojení si pozitivního sociálního chování a rozvoje osobnosti, k odmítání všech forem sebedestrukce a porušování zákona. Důležitým prvkem této strategie prevence jsou i volnočasové aktivity. Každou volnočasovou aktivitu nelze považovat za prevenci (VOLNÝ ČAS A PREVENCE U DĚTÍ A MLÁDEŽE 2002: 3).
Volný čas dětí a mládeže a jeho naplňování pozitivními aktivitami hraje významnou roli při utváření osobnosti mladého člověka a při jeho pozitivní socializaci. Důsledkem snížení kvality společenské péče o volný čas mladé generace je v mnoha případech i nárůst negativních společenských jevů. Jestliže společnost zabezpečí kvalitní trávení volného času dětí a mládeže, může tím do určité míry kompenzovat určité nedostatky školského systému a rodinného prostředí a vlivu. Rodina má ale zcela dominantní postavení vzhledem k osvojení si aktivit ve volném čase. Dítě ovlivňuje nejen tím, jak na dítě výchovně působí, ale i svým každodenním životem (VOLNÝ ČAS A PREVENCE U DĚTÍ A MLÁDEŽE 2002: 3).

Nové typy volnočasových aktivit uskutečňují nové volnočasové potřeby dětí a mládeže, které dosud nebyly brány v úvahu, zůstávaly nerealizovány nebo ještě neexistovaly. Takto se objevila například hřiště dobrodružství, domy ekologických aktivit, činnosti pedagogiky zážitku a další nové způsoby pobytu mládeže v přírodě, nové typy médií včetně elektronických, které pronikají do všech volnočasových prostředí a pomáhají je vzájemně propojovat (HOFBAUER 2010: 140).

3. 2 Volný čas a média

Medializace volnočasového prostoru dětí a mládeže se uskutečňuje dvěma základními směry. Jednak jsou to aktivity médií směřující k dětem a mladým lidem jako příjemcům a uživatelům. Přinášejí jim informace o světě, přispívají k utváření jejich života a k výchově od rodiny až po široký mezinárodní kontext. Mládež je v tomto případě cílem, uživatelem sdělování (HOFBAUER 2010: 117).

Současně jsou to však také mediální aktivity samotných dětí a mladých lidí, kteří svoji zájmovou pozornost věnují mediální tvorbě a stávají se jejími tvůrci. To jim umožňuje odkrývat, poznávat a osvojovat si způsoby mediální tvorby a jejího účinného působení ve prospěch vlastního individuálního rozvoje nebo veřejně prospěšně činnosti (HOFBAUER 2010: 118).

Vliv, dosah a význam médií roste rovněž na základě diferenciace obsahu, způsobů působení i zlepšování technických možností médií. Takto se rozvíjí jejich funkce pro studijní, pracovní a informační účely, pro rozvoj zájmů, mezilidských kontaktů nebo zábavy. Komunikační a informační prostředky tak dnes různými cestami a s rostoucí frekvencí a intenzitou, účinností a významem pronikají mezi všechny příslušníky mladé generace, do všech prostředí jejich života, výchovy i do jejich volného času (HOFBAUER 2010: 118).

Dnešní mládež je s médii neustále, konzumují je s velkým gustem a pokud možno více médií najednou, lze ji nazývat síťovou, elektronickou či digitální generací. Nikdy v historii děti a dospívající nekonzumovali více médií, netrávili s nimi tolik času, ani neměli k dispozici tolik času, neměli k dispozici takový počet mediálních technologií (ŠEBEŠ: online).

Dnešní děti a dospívající představují generaci zaplavenou médii, generaci, jejíž každodenní život je mediálními technologiemi a konzumací mediálních obsahů zcela prosycen. Internet a nová média pro ně poskytují možnost zábavy a odreagování, ale

také učení a získávání informací. V posledních desetiletích také narostlo u mladé generace zintenzivnění mediální konzumace. To se projevuje stoupajícím podílem tzv. mediálního multitaskingu, tedy konzumace více médií najednou (například sledování televize a současně čtení časopisu, surfování po internetu doprovázené poslechem hudby z MP3 přehrávače apod.) (ŠEBEŠ: online).

Existují různé styly, jimiž děti a dospívající internet užívají. Inspirativní může být přehled německého výzkumníka Uwe Hasebrinka, který rozdělil vzorce užívání online světa do šesti kategorií či uživatelských typů:

- „málo riskující nováčci“ – děti, které tráví na internetu jen malé množství času a repertoár jejich online aktivit je velmi úzký. Je velmi nepravděpodobné, že by se na internetu pouštěly do potencionálně riskantních aktivit, např. zřízení profilu na sociální síti.
- „Mladí networkeři“ – mají o něco vyšší zájem o aktivity na internetu, zejména o sociální sítě, naopak jen omezeně využívají internet pro školní práci a pro sledování zpravodajství.
- „Umírnění uživatelé“ – mají širší rejstřík online aktivit, mnohem méně užívají sociální sítě a mnohem více jim internet slouží jako zdroj zpráv a jako pomůcka při plnění úkolů do školy.
- „Riskující průzkumníci“ – jde o uživatele s nejširší škálou online činností a s nejvyšší frekvencí potencionálně rizikových aktivit. Jsou nejkreativnější, nejvíce přeposílají zprávy, tráví čas ve virtuálních světech či vytvářejí blogy.
- „Intenzivní hráči“ – jsou nejnáruživějšími návštěvníky internetu. Největší pozornost věnují hraní her a sledování videoklipů, mnohem menší zájem u nich vzbuzují aktivity spojené s publikováním a využívání internetu pro školní práci a pro sledování zpravodajství. Jedná se převážně o chlapecký typ užívání internetu.
- „Zkušení networkeři“ – jsou tvořeni především dívkami a jejich nejzřetelnější charakteristikou je absence hraní her a nejčastější návštěva sociálních sítí (ŠEBEŠ: online).

Oblíbenou činností a patrným zpestřením se dnes pro mnohé děti a mladé lidi staly počítačové hry, které probouzejí napětí a vzrušení a rozvíjejí poznání a schopnost rychle se rozhodovat. Internetové online hry vtahují účastníka do sféry neohraničené fantazie, otvírají mu nové stránky skutečnosti a umožňují mu setkávat se s dalšími účastníky na internetu. Ale i tato činnost má svá rizika. Časově přeexponované využívání těchto možností má negativní důsledky, kdy se původně herní, zábavná a relaxační činnost

přeměňuje v závislost a stres. Jednostranná orientace zatěžuje organismus i čas účastníka a omezuje aktivity, jež by měly kompenzovat nedostatečný pohyb (HOFBAUER 2010: 127).

Nedostatečný pohyb může pomoci řešit volnočasová aktivita, kde se propojuje internet, satelitní navigační systém GPS a pohyb – geocaching. Pořadatel na internetových stránkách oznámí souřadnice místa, kde schoval hledaný objekt, což je schránka a v ní drobné dárky a možnost zápisu po nalezení (HOFBAUER 2010: 126).

Pro mladší uživatele poskytují elektronické média možnost zábavy a odreagování, ale také učení a získávání informací. U starších dětí a dospívajících se k tomu přidává celá řada dalších funkcí. Aktivity v kyberprostoru jim pomáhají v hledání vlastní identity a umožňují s ní experimentovat. Pomocí online života navozují nové intimní vztahy a hledají skupiny, v nichž mají pocit, že někam patří. Hledání identity, intimních vztahů a skupin přátel probíhá současně s procesem separace od rodičů a rodiny. Internet jim umožňuje stát se nezávislými, dělat si věci po svém, prožívat dobrodružství, o nichž rodiče nemají tušení – a přitom tak činit z bezpečí domova. Nadto se kyberprostor stává místem, kde si dospívající mohou snadno odreagovat frustrace, které jsou s vývojovým stádiem dospívání často spojeny (ŠEBEŠ: online).

4. Mládež

Cíl diplomové práce se vztahuje k osobám od 15 do 30 let, dle Velkého sociologického slovníku k mládeži. Do tohoto věkového vymezení dle vývojové psychologie patří adolescence a časná dospělost, které v následujících kapitolách více popisuji. Hlavně proto, že tato období, zejména adolescence, mají určitá specifika, která pro pedagoga volného času mohou být významná a měl by je respektovat a přizpůsobit se jim.

Velký sociologický slovník vymezuje mládež buď nepřesně ohraničenou věkovou kategorií, nebo sociální kategorií vymezenou specifickými biologickými, sociálními a psychologickými znaky. *„Příslušníky mládeže spojuje to, že se nalézají ve stejném životním cyklu nazývaném mládí a jsou stejnou generací. Mládež je dynamická a velmi variabilní kategorie. Jako sociální skupina je kategorií přechodnou, která se nevyskytuje ve všech kulturách“* (PETRUSEK 1996: 635).

V našich podmínkách se o mládeži uvažuje většinou od 14- 15 let, kdy končí povinná školní docházka, do 30 let, kdy jsou završeny dílčí procesy sociálního zrání

u všech skupin mládeže. V průběhu posledních desetiletí dochází v důsledku měnících se životních podmínek k akceleraci biologického zrání. Prodloužila se profesní příprava a posunul se věk, v němž si mladí lidé osvojují společenské role dospělých a získávají plnohodnotný sociální status (PETRUSEK 1996: 635).

4. 1 Adolescence

Období adolescence patří do dospívání, předchází mu období pubescence, které je přibližně mezi 11- 15 lety. V období adolescence se postupně dosahuje plné reprodukční zralosti a dokončuje se tělesný růst, zahrnuje dobu zhruba od 15 do 20 – 22 let (LANGMEIER, KREJČÍŘOVÁ 1998: 139).

Tělesný růst není rovnoměrný – dolní a horní končetiny rostou na začátku období dospívání rychleji, takže dochází k určité disharmonii postavy, dělá dojem tělesné nevyváženosti a pohybové neobratnosti (LANGMEIER, KREJČÍŘOVÁ 1998: 140). Ke konci období však obvykle narůstá pocit spokojenosti s vlastním tělem. Adolescent srovnává své tělo s fyzickými kvalitami vrstevníků i aktuálně akceptovaným ideálem. Fyzická atraktivita se může stát významnou součástí identity (VÁGNEROVÁ 2008: 329).

Úprava zevnějšku a oblečení se stává prostředkem k vyjádření identity. Tímto způsobem sděluje dospívající svému okolí, kým se cítí být. Jeho postoj se může projevit preferencí stále stejného oblečení, které svým důrazem na stabilitu a neměnnost úpravy zevnějšku pomáhá překonat nejistotu těch změn, jež ovlivnit nejdou, např. změna proporcí postavy (VÁGNEROVÁ 2008: 329).

Adolescenti se v určitých oblastech života snaží odlišovat od okolního světa. Adolescentní kultura se projevuje v potřebě volnosti a experimentování, nechuti k definitivnímu řešení vlastní situace, která by pro ně znamenala omezení a ochuzení. Odmítání stylu života rodičovské generace nemá charakter protestu, ale projevuje se spíše jejich ignorováním (VÁGNEROVÁ 2008: 330). Vysoká oblíbenost hraní počítačových her v období adolescence může mít důvod v úsilí adolescenta o autonomii, snaze odlišení se od okolního světa a konformitě se svými vrstevníky. Nové technologie jsou příležitost pro vytváření specifického území, za jehož hranice rodičovská autorita nemůže. Hraním elektronických her adolescenti vytvářejí prostor pro sociální interakce a sociální kontakt, prostor pro formování přátelství a tvorbu vrstevnických skupin

s odlišnými pravidly, normami, hodnotami, vzorci chování a specifickou komunikací (SMÉKAL, MACEK 2002: 211).

Období adolescence, některými autory uváděna jako pozdní adolescence je charakteristické zejména komplexnější psychosociální proměnou, mění se osobnost dospívajícího i jeho společenské pozice. Důležitým sociálním mezníkem je ukončení profesní přípravy, následované nástupem do zaměstnání, resp. volbou dalšího studia. S tím je spojeno dosažení či oddálení ekonomické samostatnosti, které dosahují dříve lidé v dělnických pozicích a nejpozději vysokoškoláci. V našich sociokulturních podmínkách je ekonomická nezávislost považována za jeden z důkazů dospělosti s předpokladem k přiznání větších práv (VÁGNEROVÁ 2008: 324).

Adolescence je zaměřena na hledání a rozvoj vlastní identity, která by byla subjektivně přijatelná a alespoň částečně odpovídala představám adolescenta. To se projevuje větší snahou o sebepoznání, která se uskutečňuje v rámci vrstevnické skupiny, poskytující možnost základního sebevymezení. Důležitou změnou je aktivnější přístup k seberealizaci a vědomí možnosti ovládat vlastní život. Dospívající sami usilují o nejrůznější změny a snaží se je prosazovat (VÁGNEROVÁ 2008: 324).

Smyslem pozdní adolescence je poskytnout jedinci čas a možnost, aby porozuměl sám sobě, zvolil si, čeho chce v budoucnosti dosáhnout a osamostatnil se ve všech oblastech, v nichž to současná společnost vyžaduje. Právě v tom bývá jeden ze zdrojů napětí, protože tempo psychického, biologického a sociálního vývoje bývá rozdílné a dospělost není v současnosti přesněji definována. Příkladem této nesourodosti může být skupina vysokoškoláků. Vzhledem k ekonomické závislosti, dané prodloužením období profesní přípravy, nejsou tito lidé považováni dospělými za zcela rovnocenné (VÁGNEROVÁ 2008: 324).

V období adolescence mladý člověk čelí krizi identity, pokouší se definovat a pochopit svou praktickou roli v životě, buduje vztahy založené na vzájemné úctě a náklonnosti, plánuje budoucnost, stále častěji projevuje oddanost a odpovědnost, potřebuje pomoci při stanovení jasných cílů a plánování strategií, které k těmto cílům povedou, a začíná se uvědomovat, že rodiče nejsou zase tak špatní (CARR- GREGG, SHALE 2010: 66).

Souhrnně lze zvláštnosti psychiky dospívajícího chápat jako úsilí o přizpůsobení se psychickým, biologickým a sociálním podmínkám. I když období dospívání není náhlým a přesně odděleným úsekem života, ale navazuje ve všem na předcházející fáze, a i když přechází opět plynule do dospělosti, přece jen je úsilí o integraci rolí minulých

a do budoucna předjímaných ve vlastní individuální osobnost mnohem intenzivnější. Odtud pak plynou i zásady pro vychovatele či pedagogiky volného času, kteří mají na jedné straně vést dospívající jedince k postupnému optimálnímu zařazení do společnosti a světa práce. Ale na straně druhé mu má ponechat plný prostor pro rozvoj všech jeho osobních předpokladů a sklonů – a tak umožnit naplnění jeho života (LANGMEIER, KREJČÍŘOVÁ 1998: 144).

V posledních desetiletích se obraz, průběh a význam období adolescence výrazně změnil. Většina současných adolescentů již nepociťuje svoje dospívání jako období plné krizí, konfliktů, střetů s autoritami a společenskými normami. Dnešní dospívající se od generace předchozích odlišují především jinou osobní zkušeností. To, co bylo na počátku devadesátých let mladými lidmi oceňováno jako nové možnosti – například svoboda názorů a postojů, možnost kvalitního vzdělání, cestování do zahraničí, prostor pro seberealizaci, je současnými adolescenty vnímáno jako samozřejmá realita. Styl života současné mládeže také charakterizuje relativně vysoká míra individuální svobodné volby, je však také doprovázena vyšší mírou osobní a sociální nejistoty (MACEK 2003: 116).

Adolescence je dnes mnohavrstevnatým kulturním, psychologickým a sociálním fenoménem. Vyjadřuje ji určitý životní styl, který není společensky ceněn jako méně hodnotný než jiné styly. To je ve srovnání s životem dospívajících před desítkami let obrovská změna. Typické charakteristiky adolescentů se v současnosti stávají žádanými a vysoce ceněnými i jinými věkovými kategoriemi – zejména díky působení masových sdělovacích prostředků. Adolescence není pouhým přípravným období či překlenovacím mostem mezi dětstvím a dospělostí, má psychologickou cenu samo o sobě. V adolescenci se zakládá pocit autorství vlastního života, prohlubuje se vědomí vlastní hodnoty a jedinečnosti (MACEK 2003: 118).

4. 2 Časná dospělost

Období první dospělosti začíná 20. rokem a trvá přibližně do 30 let. Období mladé dospělosti je obdobím důležitých životních rozhodnutí, změn a následně také prvního hodnocení úspěchů či hodnot, kterých mladý člověk ve svém životě dosáhl a které srovnává s představami a plány, jichž dosáhnout chtěl. Toto období je provázeno spíše vnitřními nejistotami, obavami a úzkostí, zda jsem v dosavadním životě volil správně,

zda můj život směřuje požadovaným směrem. Pro řadu žen vyvstává dilema volby mezi rolí matky a profesní seberealizací (MICHALČÁLKOVÁ 2007: 48).

Mladá dospělost je obdobím intimity a počátku generativity. Do této životní fáze je nakumulováno několik zásadních životních mezníků: dosažení stabilnějšího profesního postavení, uzavření manželství a zplození dětí. Kognitivní schopnosti se rozvíjejí v mnoha oblastech, mladí dospělí dosahují úrovně postformálního uvažování. V mladé dospělosti se stabilizuje emoční prožívání a zlepšuje se schopnost emoční regulace (VÁGNEROVÁ 2007: 27).

Sebeobraz a sebedůvěra člověka se vyvíjí buď pozitivním nebo negativním směrem podle úspěšnosti či neúspěšnosti životní a profesní praxe a míry autonomnosti osobnosti. Sebevýchova by měla být zaměřena na asertivitu a na altruistické, estetické, etické, partnerské a rodičovské vztah, na občanské a profesní aktivity a na správné využití volného času (KOHOUTEK 2008: 124).

5. Shrnutí

V předcházející části diplomové práce jsem charakterizovala pojem média podle různých autorů a zabývala se pojmy, které s nimi úzce souvisí, jako je jejich funkce, jejich možný vliv na jedince či mediální gramotnost. Vzhledem k cíli práci jsem podrobněji popsala jednotlivé druhy médií, tištěná i elektronická. Neopomněla jsem definovat osoby od 15 do 30 let a zamyslela se nad jejich možným trávením volného času, který jsme také definovala.

Z popsaných poznatků o jednotlivých médiích mohou vyvstávat otázky, jak je dnešní mládež vnímá, využívá, preferuje. Zda i v dnešní době je v knihovnách využívána služba veřejného internetu, zda vůbec mládež knihovny navštěvuje. Na tyto otázky se v následující části diplomové práce snažím najít odpovědi.

V další části diplomové práce se budu zabývat výzkumem kvalitativního typu. Budu vycházet z teoretické části, která mě navedla na otázky k rozhovorům. V teoretické části jsem popisovala problematiku mládeže a jejího trávení volného času zejména vzhledem k využívání médií. Zabývala jsem se tištěnými i elektronickými médii. V této části diplomové práce jsem se snažila ověřit popsané teorie výzkumem a zjistit zájem mládeže o média v jejich volném čase. Ve druhé části výzkumu jsem zjišťovala preference mládeže o tištěná nebo elektronická média ve veřejné instituci, v knihovně.

6. Cíl práce a výzkumné otázky

6. 1 Cíl práce

Cílem práce bylo zjistit, jaké postavení mohou mít zmiňovaná média ve volném čase u vybraných osob ve věku od 15 do 30 let a zda osoby od 15 do 30 let využívají ve vybraných knihovnách více výpůjční služby nebo veřejný internet.

6. 2 Výzkumné otázky

Cíle kvalitativního výzkumu byly rozděleny do tří výzkumných otázek:

Výzkumná otázka č. 1

Jaké postavení mohou mít elektronická média ve volném čase u vybraných osob ve věku od 15 do 30 let?

Výzkumná otázka č. 2

Jaké postavení mohou mít tištěná média ve volném čase u vybraných osob ve věku od 15 do 30 let?

Výzkumná otázka č. 3

Využívají osoby od 15 do 30 let ve vybraných knihovnách více výpůjční služby nebo veřejný internet?

7. Metodika

7. 1 Metoda výzkumu

Výzkum byl realizován kvalitativním šetřením. Pro získání informací od osob ve věku 15- 30 let a pracovníků knihoven byla použita metoda dotazování, technika polostandardizovaného rozhovoru.

Otázky polostandardizovaného rozhovoru byly předem vytvořeny a formulovány, aby získané informace umožnily odpovědět na výzkumné otázky.

Rozhovor byl veden s osobami ve věku od 15 do 30 let. Skládal se z 28 otázek a jeho cílem bylo zjistit, jaké postavení mohou mít zmiňovaná média popsané v teoretické části ve volném čase u vybraných osob ve věku od 15 do 30 let. V rozhovoru jsem se nejprve ptala na osobní informace o respondentech, činnosti v jejich volném čase. Poté na využívání nejrůznějších druhů médií v jejich volném čase, názor na Facebook.

Rozhovor jsem ukončila otázkami, na spokojenost trávení svého volného času (viz. Příloha I).

Rozhovor byl také veden s pracovníky knihoven v jižních Čechách. Původně měl být veden s pracovníky knihoven pouze na Českobudějovicku, ale podařilo se mi zkontaktovat metodického pracovníka Jihočeské vědecké knihovny v Českých Budějovicích, který mi pomohl zkontaktovat pracovníky knihoven v celých jižních Čechách. Pro širší a zajímavější výzkumný vzorek mi přišlo škoda tohoto nevyužít, proto jsem v tomto bodě změnila svůj původní plán. Rozhovor s pracovníky knihoven se skládal z 6 otázek a jeho cílem bylo zjistit, zda osoby od 15 do 30 let využívají ve vybraných knihovnách více výpůjční služby nebo veřejný internet. Ptala jsem se i na otázku, jak se v posledních letech změnilo využívání veřejného internetu v knihovnách (viz. Příloha II). V době, když jsem diplomovou práci zadávala, byla otázka veřejného internetu daleko aktuálnější a každý rok je znát posun v této problematice.

7. 2 Charakteristika výzkumného souboru

Výzkumný soubor k výzkumu diplomové práce představovala oslovená mládež – osoby od 15 do 30 let a pracovníci knihoven. Osoby ve věku 15 až 30 let jsem oslovila osobně i pomocí e- mailu, celkem jsem oslovila 10 osob. Dvě osoby rozhovor odmítly, obě z důvodu nedostatku času.

Kontakty na respondenty byly získány na základě doporučení a pomocí metody sněhové koule, která patří v oblasti kvalitativních výzkumů mezi nejčastěji používané. V podstatě se jedná o kombinaci účelového výběru a prostého náhodného výběru (MIOVSKÝ 2006: 131). Při účelovém výběru jsem se snažila o věkový rozptyl respondentů.

Rozhovory byly nahrávány na diktafon a následně přepisovány pro analýzu získaných dat. Rozhovory byly vedeny v lednu a v únoru a probíhaly v jejich domácím prostředí, v kavárně, jeden v knihovně. Pro můj blízký věk k respondentům a navázání lepší atmosféry jsem všem respondentům, které jsem neznala, nabídla v úvodu tykání, které bylo vždy přijato. Přepis rozhovorů viz. Příloha č. III.

Rozhovory s pracovníky knihoven probíhaly také v měsíci leden a únor. Celkem bylo osloveno, s pomocí metodického pracovníka Vědecké knihovny v Českých Budějovicích, 10 knihoven, žádná knihovna rozhovor neodmítla. Jeden rozhovor

probíhal ve škole, kde zároveň pracovnice knihovny pracuje jako vychovatelka, ostatní se uskutečnily přímo v knihovnách. Rozhovory byly vedeny v knihovnách v Českých Budějovicích, Horní Stropnici, Písku, Hůrách, Rudolfově, Zlivi, Strakonicích, Českém Krumlově, Křemži a Borovanech. Přepis rozhovorů viz. Příloha č. IV.

8. Výzkum

Tato kapitola popisuje informace a názory získané od osob ve věku 15 až 30 let a pracovníků knihoven, se kterými proběhl polostandardizovaný rozhovor. Uskutečněné rozhovory s osobami ve věku 15 až 30 let jsou zpracovány do podoby případových studií, v závěru jsou tabulky k vybraným otázkám a sumarizační tabulka vztahující se zejména k výzkumným otázkám. Rozhovory s pracovníky knihoven jsou vyhodnoceny pomocí sumarizačních tabulek. Jsem si vědoma, že výsledky výzkumu nemusí být validní, pracuji s odpověďmi respondentů, které si nemohu ověřit, nikoli s fakty.

8. 1 Interpretace rozhovorů s osobami od 15 do 30 let

Respondent 1

Muž, 20 let, bydlí v malé vesnici poblíž hranic. Pracuje jako rybář. Volný čas pro něho znamená čas pro odpočinek a odreagování. Nejraději ve svém volném čase sportuje, sleduje filmy a schází se s kamarády, zejména na popovídání si. Nejčastěji ale pouze sleduje filmy a videa.

Pod pojmem média si představí zprávy a záznamová zařízení, noviny pro něj znamenají zprávy v tištěné podobě a v jiném stylu než jsou zprávy v televizi, kde jsou více se senzací. Média v dnešní době pro něho znamenají oznámení lidem, co se kde děje. Média využívá pracovně, používá počítač. Podle respondenta média v dnešní době využívají všichni a všude. Média využívá i ve svém volném čase, zejména počítač a knihy.

Ve svém volném čase využívá tištěná média, konkrétně časopisy a knihy. Časopisy si kupuje poměrně často, má je rád. Dozvídá se v nich nové informace, například z prostředí své profese nebo o cestování, či autech. Ke knihám má kladný vztah, do roka přečte pár knih. Nejčastěji čte dobrodružnou nebo historickou četbu. Knihy se nekupuje, půjčuje si je v knihovně. Pracovně knihy nečte. Do knihovny chodí pouze na účelem

půjčení knih, nikoliv za službou veřejného internetu. Veřejné akce týkající se čtení nezná žádné.

Ve svém volném čase využívá také elektronická média, používá počítač. K sociálním sítím nemá moc kladný vztah, ale také se nedá říci, že má záporný vztah. Facebook je podle něho dobrý pro komunikaci s přáteli. Ale někteří lidé tam podle respondenta dávají moc informací o sobě. S přáteli komunikuje více na sociálních sítích, ale není z tohoto faktu moc nadšený. V televizi se nejvíce dívá na americké filmy a seriály zejména na Primě Cool, typu Teorie velkého třesku. Rádio poslouchá, převážně kvůli muzice.

Ve svém volném čase se více věnuje elektronickým médiím a s tímto faktem je spokojený. Celkově je spokojený i se svým trávením volného času, nic mu nechybí.

Respondent 2

Žena, 28 let, bydlí u partnera na vesnici na Třeboňsku, ale částečně ještě i u rodičů v Rudolfově nedaleko Českých Budějovic. Pracuje jako tisková mluvčí. V poslední době je pro ni volný čas spíše vzácnou chvílí, kdy se může věnovat jen sama sobě. Nejčastěji ve svém volném čase společně s partnerem navštěvují přátelé, v létě jezdí společně na výlety a v zimě lenoší doma. Nejraději chodí do divadla, navštěvuje památkové objekty, výletuje a setkává se s přáteli u dobrého jídla.

Pod pojmem média si představuje sedmou velmoc, jejíž nedozírný vliv si podle respondentky těžko málokdo dokáže připustit. Noviny pro ni znamenají tradiční médium, jehož příznivci si za žádnou cenu nepřipouští, že jeho pozice na trhu slábne a postupně jej nahrazují rychlejší, kompaktnější a aktuálnější online deníky. Média podle ní prakticky utvářejí společenské klima, udávají trendy v životním stylu a žádný politický systém se bez nich neobejde. Média využívá jak ve svém volném čase – Facebook, tak pracovně. Jako tisková mluvčí je využívá denně, její práci tvoří z velké části komunikace s nimi.

Tištěná média ve svém volném čase používá, nejčastěji si kupuje módní magazíny, časopisy o zdraví a cestování. Ovšem pravidelně si ji nekupuje. Knihy čte ve svém volném čase, i když v poslední době bohužel málo, čte je i pracovně. Občas si půjčí knihu, ze které potřebuje nastudovat určitou problematiku. Knihy miluje a sbírá, studovala bohemistiku. Bohužel v posledních letech spíše pohodlně usedne k počítači než ke knize, což ji mrzí a chce to změnit. Knihy si půjčuje nebo je dostává,

do knihovny chodí pouze za účelem půjčení knihy. Z veřejných akcí pravidelně s přáteli navštěvuje Listování.

Ve svém volném čase využívá také elektronická média, zejména internet a televizi. Ze sociálních sítí využívá Facebook, ostatní ji přijdou principiálně stejné. Sociální sítě jsou podle respondentky dobré k udržování kontaktů, ale také k byznysu. Facebook je skvělý nástroj komunikace nejen mezi lidmi, ale i z pohledu instituce – člověk/příjemce. Je to mocný nástroj v ovlivňování a pozměňování reality. S přáteli více komunikuje na sociálních sítích, ale snaží se, aby to bylo vyrovnané. V televizi nejvíce sleduje zpravodajské relace a zřídkakdy pořad o vaření Prostřeno. Rádio poslouchá, jak v autě cestou do práce, tak v práci. Dříve pracovala jako mediální konzultantka v rádiu, proto si své bývalé kolegy ráda poslechne.

Ve svém volném čase se více věnuje elektronickým médiím, počítači, ale chtěla by to změnit a více číst knihy. S trávením svého volného času také není spokojena, chtěla by se více soustředit na knihy, na vycházky do přírody a elektronická média nechat na pracovní dobu.

Respondent 3

Dívka, 15 let, žákyně deváté třídy základní školy. Bydlí společně s rodiči na vsi blízko Českých Budějovic. Volný čas pro ni znamená, že si v danou chvíli může dělat, co chce, aktivity, které ji uvolní a u čeho přestane úplně myslet na ostatní věci. Nejraději ve svém volném čase vyrábí náušnice a další šperky. Vyrábí je pro sebe, ale i jako dárečky pro kamarádky. Nejčastěji se dívá na počítači na filmy.

Pod slovem média si představí televizi, rozhlas a internet. O noviny ona, ani její rodina nemá moc zájem. Význam média podle respondentky mají v dnešní době docela veliký. Využíváme je všichni a všude. Bez nich si nedovede ani být. Média využívá ve škole, místo učebnic mají tablety. Na internetu si vyhledává informace, které potřebuje do školy, na referáty. Vyhledává si také informace, kterým nerozumí. S vyhledáváním na internetu jí pomáhají rodiče. Ve svém volném čase média také využívá, hlavně Facebook.

Z tištěných médií čte knihy pro mládež, její vztah ke knihám je v celku dobrý. Ve svém volném čase čte jen knihy dnešní doby, což jsou podle respondentky knihy, které napsali autoři, kteří žijí v dnešní době, moderní knihy. Tyto knihy se kupuje nebo dostává. V rámci školy čte učebnice a knihy na povinnou četbu. Do knihovny chodí

vždy jen za účelem půjčení knihy, půjčuje si knihy na povinnou četbu. Časopisy si kupuje, je v nich podle ní vše, co se momentálně děje. Čte dívčí časopisy. Veřejné akce týkající se čtení nezná žádné.

Ve svém volném čase využívá z elektronických médií mobilní telefon a notebook. K sociálním sítím má kladný vztah, podle ní až i občas přehnaný. Tráví na něm příliš mnoho času. Facebook je podle respondentky nebezpečná síť, ale pro některé věci i užitečná. Dají se tam najít zajímavé informace a hlavně tam má kamarády. Také na Facebooku sleduje některé YouTubery. S přáteli komunikuje ve třídě, ale často také na sociálních sítích. Mimo třídu komunikuje téměř jen se svoji nejlepší kamarádkou bydlící ve stejné ulici, jinak komunikuje na Facebooku. V televizi nejvíce sleduje pohádky, buď sama, nebo s mladším bratrem. Rádio poslouchá nejvíce s kamarádkou, tancují při něm.

Ve svém volném čase se častěji věnuje elektronickým médiím, knihu si přečte „*čas od času*“. Je s tímto spokojena, i celkově se svým trávením volného času. Měnit nic nechce, protože poté by už to podle ní nebyla ona sama.

Respondent 4

Žena, 23 let, bydlí na sídlišti v Českých Budějovicích. Pracuje jako učitelka v mateřské škole, zároveň je studentkou dálkového studia. Volný čas pro ni představuje odreagování s možností dělat si, co chce. Ve svém volném čase nejraději podniká společně s přítelem a psem různé výlety, baví se s přáteli, vaří a peče. Nejčastěji tráví svůj volný čas se svými blízkými a při hezkém počasí nejvíce času tráví zahradničením.

Pod pojmem média si respondentka představuje televizi a noviny. Média podle ní mají informační funkci, ale v poslední době se snaží, abychom všichni měli stejný názor, a vyvolávají v lidech paniku. Noviny nevyhledává, představují pro ni přežitek, ale na jednu stranu je hezké, že se stále vydávají. Média využívá pracovně, při studiu i ve volném čase. Na internetu vyhledává nápady pro tvoření do práce, ale také informace, které při studiu potřebuje zjistit. Studijně využívá také knihy. Ve svém volném čase z médií využívá internet a počítač.

Tištěná média ve volném čase dle vlastních slov nevyužívá, zprávy čte na internetu, např. Novinky.cz, Idnes.cz. Časopisy si kupuje pouze výjimečně o pečení, když ji zaujme v obchodě. Knihy si pouze půjčuje a to z důvodu studia. V knihovně služby veřejného internetu nevyužívá a akce týkající se čtení nezná.

Ve svém volném čase z elektronických médií využívá počítač, televizi a rádio. K sociálním sítím má vztah kladný i záporný. Když se člověk chová stejně jako v normálním životě, tak kladný, ale pokud se lidé vydávají za někoho jiného a přetvařují se, tak je odsuzuje. Facebook podle ní člověka spojuje, ale zároveň odvádí od reality. S přáteli komunikuje více osobně, přesto se více ve volném čase věnuje elektronickým médiím. V televizi nejvíce sleduje pořady o vaření, filmy a sitcomy. Rádio poslouchá často, nejvíce v ranních hodinách, než jde do práce.

S většinovým užíváním elektronických médií ve volném čase je spokojena a s celkovým prožíváním volného času také spíše ano. Určitě by něco šlo vylepšit, ale spíše je spokojena. Respondentka očekává, že po dostudování se využívání volného času zlepší.

Respondent 5

Žena, 19 let, bydlí v rodinném domku v Horní Stropnici společně s rodiči. Učí se na servírku, přes týden je na internátě. Volný čas pro ni znamená čas pro odpočinek a své záliby. Nejraději tráví čas s přáteli, přítelem a také se věnuje svým koníčkům, ráda se zajímá o módu. To co dělá nejčastěji, se shoduje s tím, co dělá nejraději ve svém volném čase.

Při slově média si představuje informace o tom, co se děje ve světě. Média podle respondentky mají docela veliký význam, jsou všude a používat je musíme. Při studiu média využívá, na počítači píše práce do školy. Média využívá i ve volném čase, a to internet. Na otázku, jaká tištěná média využívá ve volném čase, odpověděla, že internet. Po mé otázce zda internet považuje za tištěné médium, se zamyslela a nakonec uznala, že to budou spíše knihy. Nakonec řekla, že knihy používá, čte ráda, ale že knihy čte v telefonu. Čte je pouze v telefonu, do knihovny nechodí, ani za účelem půjčení knih, ani za službou veřejného internetu. Na čtení nemá příliš času, nejvíce čte na internátě, kde má více času, je tam bez přítele. Čte fantazy literaturu. Kvůli studiu knihy nečte. Časopisy si občas kupuje, zejména časopis pro ženy, například Cosmopolitan nebo časopis bulvární. Noviny si nekupuje, ani nečte, v dnešní době pro ni nic neznamenají.

Z elektronických médií používá pouze internet. K sociálním sítím má veliký vztah, používá je denně a dle jejích slov si bez nich neumí představit žít. Facebook je podle ní výhodný v tom, že je v kontaktu s lidmi, ale spatřuje i nevýhodu, a to tu, že lidé tam dávají své osobní věci. S přáteli komunikuje jak přes Facebook, tak osobně, kde více,

nedokáže říci. V televizi nejvíce sleduje seriály typu Jak jsem potkal vaši matku, Teorie velkého třesku nebo Dva a půl chlapa. V rádiu nejvíce poslouchá moderní hudbu, nejvíce na internátě. Pro poslech využívá mobilní telefon.

Ve volném čase více s jistotou věnuje médiím elektronickým a je s tím spokojena. Celkově je také spokojena se svým trávením volného času, nemá důvod cokoliv měnit.

Respondent 6

Muž, 24 let, bydlí v domku v Kamenném Újezdu. Pracuje v papírnách. Volný čas pro něho znamená zábavu. Ve volném čase nejraději sportuje, baví se s přáteli, jezdí s nimi na výlety do přírody, většinou na motorce. Nejčastěji se věnuje kutilství, zejména doma a na motorce.

Pod slovem média si představí bulvár a význam mají média informační, informují nás o tom co se děje. Média využívá pracovně – počítač, tak také ve volném čase, a to počítač a televizi.

Tištěná média ve volném čase nepoužívá, noviny pro něho znamenají prostředek na zatopení. Časopisy si kupuje jen zřídka, a to zejména o autech a motorkách. Ke knihám má ovšem kladný vztah, ve volném čase je čte, sice málo, ale čte. Pracovně knihy nečte. Knihovnu nenavštěvuje vůbec, knihy si jednou za čas koupí. Akce týkající se čtení nezná.

Ve volném čase z elektronických médií využívá počítač, televizi a rádio. K sociálním sítím má kladný vztah, podle respondenta k dnešní době patří, není důvod je zatracovat. Názor na Facebook má neutrální. Je jeho uživatelem, ale nedává na něj úplně vše, jako bohužel v dnešní době dost lidí. Netráví na něm většinu svého času. S přáteli komunikuje přibližně půl na půl osobně a pomocí Facebooku. V televizi se nejvíce dívá na sitcom a komedie. Když už sleduje televizi, chce se zasmát a pobavit. Rádio poslouchá ráno doma, v autě po cestě do práce a pokračuje také v práci.

Ve svém volném čase se více věnuje elektronickým médiím, zejména počítači a televizi. Udává, že by to mohl změnit, chtěl by se více věnovat knihám. Celkově s trávením volného času je spokojen.

Respondent 7

Žena, 21 let, bydlí v jižních Čechách, v Klikově. Studuje vysokou školu. Volný čas je pro ni velmi důležitý. Věnuje se v něm oblíbeným činnostem, tráví čas s lidmi, které má ráda. Ve volném čase nejraději sportuje, čte knihy, věnuje se pečení a vaření. Nejčastěji sportuje.

Při slovu média si představí mnoho lidí a mnoho nových informací. Podle respondentky nás média informují o důležitých, ale i nedůležitých, zbytečných věcech. Noviny nás informují o aktuálním dění jak ze zahraničí, tak i z České republiky, třeba i z míst, kde bydlíme. Také nás zvou na různé kulturní akce a někomu se díky novinám mohou otevřít i nové cesty. Média využívá jak při studiu, tak ve volném čase, knihy i internet.

Z tištěných médií ve svém volném čase využívá noviny, někdy i časopisy, které si kupuje, ale jen příležitostně. Ke knihám má velmi dobrý vztah, ve volném čase čte ráda. Odborné knihy ke studiu si většinou vypůjčuje. Ostatní si ráda koupí, aby si rozšířila knihovnu. Také knihy dostává jako dárek. Do knihovny chodí pouze za účelem půjčení knih. Veřejné akce týkající se čtení dosud nenavštívila, ale ráda by se jednou takové akce zúčastnila.

Ve volném čase nejčastěji využívá z elektronických médií internet. Ze sociálních sítí vlastní Facebook, který využívá. Musí uznat, že Facebook má své výhody, ale bohužel i nevýhody, dost velké pro populaci. V televizi nejčastěji sleduje televizní noviny a dokumentární pořady. Rádio poslouchá velmi často, při řízení auta a zejména při sportu. Nejraději má ranní show na Evropě 2. S přáteli komunikuje nejčastěji osobně, ale záleží na tom, s jakými lidmi.

Ve volném čase se věnuje přibližně půl na půl elektronickým a tištěným médiím. Spokojena s tímto rozvržením není, chtěla by se vrátit do doby, než vznikl Facebook. Se svým trávením volného času je spokojena, protože každý jsme svým pánem volného času a respondentka ho tráví tak, jak sama chce a jak uváží za vhodné, proto je spokojena.

Respondent 8

Žena, 25 let, bydlí s rodiči v rodinném domku na malém městečku. Pracuje jako vychovatelka ve školní družině. Volný čas pro ni znamená čas na odpočinek, kdy nemusí dělat nic do zaměstnání a nejlépe i čas, kdy nemusí dělat domácí práce.

Nejraději si čte, chodí s přáteli do restaurací a do divadla. Nejčastěji je na počítači nebo odpočívá.

Pod pojmem média si představí informace o všem možném a význam podle respondentky mají veliký, možná i více než si uvědomujeme. Média jsou neustále s námi a bohužel mnoho lidí s nimi neumí žít tak, aby jim byly přínosné. Mnoho lidí jim věří příliš, co se řekne v televizi, je podle nich pravda. Média využívá pracovně i ve volném čase. Pracovně si jak v knihách, tak na internetu vyhledává inspiraci nejen pro tvoření. Ve volném čase využívá knihy, časopisy a internet.

Noviny pro ni znamenají čím dál tím méně. V rodině si je její otec pravidelně kupuje, ale respondentka je ani v tomto případě většinou nečte. Časopisy si kupuje příležitostně, pokud ji zaujmou v obchodě. Ke knihám má kladný vztah, dříve si je půjčovala, nyní spíše kupuje. Knihy ve volném čase čte, ale nyní na ně nemá příliš času, což ji mrzí. Nyní díky své práci přečetla několik dětských knih. Několik knih má doma, čekají na přečtení. Knihovnu navštěvuje pouze za účelem půjčení knih. Z veřejných akcí zná Listování, kam pravidelně chodí s přáteli.

Z elektronických médií používá internet a televizi. Ze sociálních sítí používá Facebook a Instagram. Facebook využívá více než by chtěla. Myslí si o něm, že je takový, jaký si ho uděláme. Říká, že pokud nechci, aby někdo něco o mně věděl, tak to tam nedám. Někteří lidé tam podle respondentky dávají příliš mnoho informací. Je výhodný pro firmy, obchodníky, města pro snadnou komunikaci s lidmi a hlavně levné reklamě či sdílení kulturních akcí. Televizi má často puštěnou jako kulisu, nejraději se dívá na české seriály a filmy. Rádio nejčastěji poslouchá při řízení auta. S přáteli více komunikuje osobně.

Ve volném čase se více věnuje elektronickým médiím, s tímto faktem není moc spokojena, raději by více četla. Se svým trávením volného času je víceméně spokojena.

8. 2 Tabulky vybraných otázek rozhovorů s osobami od 15 do 30 let

Tabulka č. 1

Respondent č.	Co nejraději dělá ve VČ[1]	Co nejčastěji dělá ve VČ
1.	Sport, film, kamarádi	Film, video
2.	Divadlo, památky, výlet, setkání s přáteli u dobrého jídla	Přátelé, výlet, lenošení v zimě
3.	Výroba šperků	Film
4.	Výlety s přítelem, přátelé, pečení, vaření	Zahradničení, přátelé
5.	Přátelé, přítel, koníčky	Přátelé, přítel, koníčky
6.	Sport, přátelé, výlet s motorkou	Kutilství
7.	Sport, četba, vaření, pečení	Sport
8.	Četba, divadlo, přátelé	Počítač, odpočinek

Zdroj: vlastní výzkum

Tabulka č. 2

Respondent č.	Slovo média	Význam médií
1.	Zpráva a záznamová zařízení	Oznámení lidem, co se kde děje
2.	Sedmá velmoc, jejíž nedozírný vliv si málokdo dokáže představit	Utvářejí společenské klima, udávají trendy, politický systém se bez nich neobejde
3.	Televize, rozhlas, internet	Veliký význam, bez nich si nedovede představit být
4.	Televize, noviny	Informační funkce, snaha o stejný názor lidí, vyvolávají v lidech paniku
5.	Informace o tom, co se kde děje	Veliký význam, jsou všude, používat je musíme
6.	Bulvár	Informační význam
7.	Mnoho lidí a mnoho nových informací	Informace o důležitých i nedůležitých věcech
8.	Informace o všem možném	Veliký význam, více než si uvědomujeme, přílišná důvěřivost v ně

Zdroj: vlastní výzkum

[1] VČ znamená volný čas

Tabulka č. 3

Respondent č.	Názor na Facebook
1.	Dobrý pro komunikaci s přáteli, někdy moc informací o sobě
2.	Skvělý nástroj komunikace, i z pohledu instituce, mocný nástroj v ovlivňování a pozměňování reality
3.	Nebezpeční síť, někdy i užitečná, zajímavé informace, přátelé, sledování YouTuberů
4.	Člověka spojuje, ale zároveň odvádí od reality
5.	Kontakt s lidmi, nevýhoda v sdílení osobních informací
6.	Neutrální, nedává tam vše, jako dost dnešních lidé
7.	Výhody i nevýhody pro celou populaci
8.	Je takový, jaký si ho uděláme, příliš moc osobních informací, výhoda pro firmy, sdílení kulturních akcí

Zdroj: vlastní výzkum

8. 3 Sumarizační tabulka rozhovorů s osobami od 15 do 30 let

Respondent uvedl:	R1	R2	R3	R4	R5	R6	R7	R8
Tištěná média ve VČ	Ano	Ano	Ano	Ano	Ano	Ano	Ano	Ano
Elektronická média ve VČ	Ano	Ano	Ano	Ano	Ano	Ano	Ano	Ano
Více využívání ve VČ elektronická/tištěná média	El.[2]	El.	El.	El.	El.	El.	Na půl	El.
Spokojenost s využíváním médií ve VČ	Ano	Ne	Ano	Ano	Ano	Ne	Ne	Ne
Návštěva knihovny	Ano	Ano	Ano	Ano	Ne	Ne	Ano	Ano
V knihovně výpůjční služby/veřejný internet	VS[3]	VS	VS	VS	-	-	VS	VS
S přáteli více komunikace osobně/Facebook	Fac.[4]	Fac.	Fac.	Os[5].	Na půl	Na půl	Os.	Os.
Spokojenost s trávení VČ	Ano	Ne	Ano	Ano	Ano	Ano	Ano	Ano

Zdroj: vlastní výzkum

[2] El. znamená Elektronická média
[3] VS znamená Výpůjční služby
[4] Fac. znamená Facebook
[5] Os. znamená Osobně

8. 4 Sumarizační tabulky rozhovorů s pracovníky knihoven

Otázka č. 1 + č. 2.

Respondent č.	Počet zaregistrovaných osob	Počet osob od 15 do 30 let	Procentuálně vyjádřená část osob od 15 do 30 let
1.	1887	358	19%
2.	605	144	24%
3.	457	56	12%
4.	137	50	36%
5.	3800	550	14%
6.	486	1/6	17%
7.	5449	966	18%
8.	401	61	15%
9.	18386	Do 15 let 3466	Do 15 let 19%
10.	38	3	8%

Zdroj: vlastní výzkum

Otázka č. 3

Respondent č.	Možnost veřejného internetu	Podmínky veřejného internetu
1.	Ano	Zdarma, 5 PC
2.	Ano	Zdarma, 9 PC
3.	Ano	Zdarma
4.	Ano	Registrovaní čtenáři zdarma 1 hod. denně, neregistrované osoby 1 hod. 10Kč, 2 PC
5.	Ano	Zdarma
6.	Ano	Zdarma, 1 PC
7.	Ano	Zdarma, 3 PC + tisk, skenování, odborná pomoc
8.	Ano	Zdarma
9.	Ano	Zdarma, bez omezení
10.	Ne	Starý PC bez možnosti internetu

Zdroj: vlastní výzkum

Otázka č. 4

Respondent č.	Knihy půjčované nejčastěji mládeží
1.	Knihy ke studiu, beletrie, romány, detektivky, knihy Analfabetka, Stoletý stařík, Sněhulák, Pentagram, Inferno, Návrat krále Šumavy
2.	Fantasy, upíří ságy, dobrodružné příběhy, historické knihy, nejvíce knihy od Walliiamse, Vondrušky a Miloše Kratochvíla
3.	Knihy Deník malého poseroutky, Hraničářův učen a knihy T. Březiny, J. Wilsonové, M. Kratochvíla, L. Lancové, E. Papuškové, encyklopedie
4.	Dívčí romány, povinná četba, cestopisné knihy
5.	Fantasy, sci-fi, komiksy, naučná literatura doporučená ke studiu, doporučená školní četba. Současné romány od nakladatelství Ikar a Albatros, edice pro náctileté
6.	Povinná četba, fantasy knihy
7.	Studenti SŠ – povinná četba, studenti VŠ – odborná literatura, fantasy literatura, dívčí romány
8.	Fantasy, horory, detektivní příběhy, knihy o zvířatech
9.	Studijní materiály, sci-fi, bestsellery. Knihy, které byly zfilmované – Hunger Games, Stmívání.
10.	Povinná četba, fantasy knihy, dívčí romány

Zdroj: vlastní výzkum

Otázka č. 5

Respondent č.	Mládež více využívá výpůjční služby/veřejný internet	Poznámky pracovníků knihoven
1.	Výpůjční služby	Internet sporadicky
2.	Stejně	V roce 2015 mládež: Výpůjční služby – 5 400 knih Veřejný internet – 860 čtenářů
3.	Výpůjční služby	-
4.	Výpůjční služby	Před 3 lety naopak, dnes přibližně 1 návštěvník knihovny týdně využije internet
5.	Výpůjční služby	Využívá oboje, většinový návštěvník internetu mimo věkové vymezení mládeže
6.	Výpůjční služby	-
7.	Výpůjční služby	-
8.	Výpůjční služby	-
9.	Výpůjční služby	-
10.	Výpůjční služby	-

Zdroj: vlastní výzkum

Otázka č. 6

Respondent č.	Využívání veřejného internetu v posledních letech	Poznámky pracovníků knihoven
1.	Nižší	Souvisí s rozšířením moderních technologií, chytré telefony, tablety
2.	Nižší	Výpůjčky knih se zvyšují, v roce 2015 se půjčilo o 5 000 více knih než v roce 2014
3.	Nižší	-
4.	Nižší	Většina má internet doma a v mobilních telefonech
5.	Nižší	Konkurují jiné možnosti, kde lze internet využít – mobilní zařízení, internet v domácnostech
6.	Nižší	Dnes pouze když doma nefunguje PC a je potřeba něco zjistit, dříve chodily děti i mezi vyučováním. Dnes internet dostupnější, v mobilních telefonech, v tabletech
7.	Nižší	Rozšíření WiFi a připojení internetu v domácnostech
8.	Nižší	Rozšíření internetu
9.	Nižší	Rozšíření internetu, připojení přes telefon. Zajímavý pro sociálně slabší skupiny a studenty a badatele, jako další zdroj informací
10.	Nižší	Za poslední 2 roky žádný zájem. Dostupnost internetu, mládež ho má kapse, nepotřebuje chodit do knihovny.

Zdroj: vlastní výzkum

9. Diskuze

Tato práce se zabývá médii, jak tištěnými, tak elektronickými, ve spojení s volným časem mládeže. Podle mé zkušenosti si většina spojí „dnešní“ mládež hlavně s internetem, počítačem, či jakoukoliv obrazovkou. A bohužel to šmahem odsoudí, zejména generace starší, generace našich prarodičů. Nedokáží si představit, co na internetu lze dělat, že tam pracujeme a my sami tam musíme být kolikrát více, než bychom chtěli. Ale na druhou stranu, pokud potřebují něco zjistit, tak ví na koho se obrátit a jsou za možnost internetu rádi.

Jsem si vědoma toho, že již při zadávání práce si mohl kdekdo myslet, že je to přece jasné, že mládež více využívá elektronické média. To nejspíše ano, ale mě mimo jiné zajímalo, zda jsou s tímto stavem spokojeni a zda využívají také knihy, časopisy, noviny.

Na úvod bych chtěla zmínit, že u většiny respondentů jsem se setkala s tím, že neměla ujasněné rozdíly mezi elektronickými a tištěnými médii. Běžně používají a znají internet, knihy, časopis, rádio, ale pokud měli odpovědět nad jednoznačnou otázkou, nastala chvíle přemýšlení. Tak jsem se například dozvěděla, že respondentka z tištěných médií využívá internet, až po mém upozornění uznala, že to asi takto nebude. Na druhou stranu, konkrétně tato slečna, knihy sice čte, ale pouze v mobilním telefonu, klasickou podobu knihy se nekupuje ani nepůjčuje. Tady narážíme na možný problém, který přispívá k neujasněným pojmům. Knihy, časopisy, noviny v telefonech či tabletech, sledování televize na počítači, či v mobilním telefonu, vytištěný e-mail, který se stává defakto také tištěným médiem.

Setkala jsem se také s tím, že z elektronických médií využívají pouze internet, ale když jsme se dostali na otázku, zda a co sledují v televizi, vyšlo najevo, že se na ni dívají. Opět se ukázalo, že ačkoli média využívají denně, nemají tento pojem ujasněný. Většina respondentů si média spojuje s informacemi, jeden respondent si myslí, že média mají informační funkci, přesto si při slově média vybaví bulvár. Na tuto otázku byly nejzajímavější a nejucelenější odpovědi od respondentky, která pracuje jako tisková mluvčí, čili média tvoří podstatnou část její práce. Podle ní jsou média sedmá velmoc, jejíž nedozírný vliv si málokdo dokáže představit, utvářejí společenské klima, udávají trendy a žádný politický systém se bez nich neobejde. Pro upřesnění dodám, že pracuje jako tisková mluvčí radnice poměrně velikého města.

Co mě nejvíce překvapilo, že pouze jeden respondent, a to ten nejmladší, si při rozhovoru vzpomněl na mobilní telefon. Přitom např. z výzkumů z mobilnet.cz a

netmonitor.cz vyplývá veliký nárůst podílů u činností prováděných prostřednictvím mobilního telefonu. Mobilní internet se stal s příchodem chytrých telefonů standardním vybavením téměř každého Čecha, převážně mladých lidí a studentů. V průzkumu Studentfonu z roku 2013, který byl realizován s 844 respondenty z řad studentů středních a vysokých škol ve věku do 30 let, vyšlo najevo, že 65% studentů má internet v telefonu. Přednostně v telefonu hledají zábavu, poté e-mail, sociální sítě, komunikaci a nejméně vyhledávají informace všeobecné i do školy. Ze sociálních sítí nejčastěji s velikým náskokem používají Facebook, poté Google +, Instagram a Twitter (PALATA 2013: online, NETMONITOR.CZ: online). I z mého pozorování během rozhovorů bylo zřejmé, že internet v telefonu aktivně používají, většina měla telefon na stole a časté pípání označovalo novou zprávu na Facebooku. Možná už je to pro ně tak přirozená součást života, ani o tom nepřemýšlí, na telefon se dívají mimoděk.

Sociální sítě, zejména Facebook využívají všichni respondenti. Sociálním sítím se věnuji v kapitole 2. 1. 3. 1. Používají ho, někteří přiznávají, že přespříliš, přesto si uvědomují jeho rizika. Hlavní výhody vidí v možnosti v komunikaci s přáteli, i z pohledu institucí, sdílení kulturních akcí. Problém spatřují v množství osobních informací, které někteří lidí jsou schopni zveřejnit, v ovlivňování a pozměňování reality. Dočekal si myslí, že mladí lidé omezují používání Facebooku, zejména proto, že chtějí více soukromí. Nechtějí tam být společně s rodiči, chtějí být tam, kde informace posílají pouze přátelům, nesvěřují je Facebooku a tím v podstatě celému světu. Začali využívat zejména WhatsApp (DOČEKAL 2013: online). Z vlastní zkušenosti si myslím, že stále jednoznačně u nás dominuje Facebook, možná právě i proto, že chceme, aby to co sdílíme, viděli ostatní, chceme se pochlubit. WhatsApp moji přátelé také začali využívat, ale ačkoliv já osobně ho nemám, necítím se izolována, jako by to nejspíše bylo v případě Facebooku, kde si domlouváme veškerá setkání. S tímto souvisí také zajímavý fakt, že kolikrát více komunikujeme s přáteli právě na sociálních sítích a ne osobně. Z mého výzkumného šetření tři respondenti přiznali, že více komunikují na Facebooku, tři komunikují více osobně a dva respondenti si myslí, že komunikují rovnoměrně, jak osobně, tak pomocí Facebooku. Já stále více komunikuji nejspíše osobně, na Facebooku se ovšem domlouváme ke všem společným akcím.

Z dalších elektronických médií respondenti využívají nejčastěji internet a poté televizi a rádio. Mohu tak potvrdit slova Šebeše, že pro mladé lidi tato média poskytují možnost zábavy a odreagování, ale také učení a získání informací (ŠEBEŠ: online). Všichni respondenti se shodli, že elektronická média využívají, a to jak ve volném čase,

převážně pro komunikaci a zábavu, tak ve škole a pracující při práci. Pracovně zejména internet pro vyhledávání informací či inspirace, studenti kvůli psaní referátů a seminárních prací. Nejmladší respondentka, studentka devátého ročníků dokonce při výuce místo učebnic používá tablety. Elektronická média popisuji v kapitole 2. 1. 2. a jejích podkapitolách.

Co se týče sledování televize, odpovědi respondentů jsou velice rozdílné. Jednotné nebyly ani odpovědi od respondentů podobné věkové skupiny. Nejčastěji sledují televizi pro zábavu, a proto vyhledávají filmy, seriály, sitcomy a také pořady o vaření. Pouze dvě respondentky si v televizi pustí zpravodajství. Jedna kromě zpráv sleduje také dokumentární pořady. Největším překvapení pro mě byla patnáctiletá respondentka, která nejčastěji sleduje pohádky a televizní stanici ČT :D. Přesto, že aktivně využívá Facebook, kde se snaží vystupovat s ostatními spolužáky jako dospělá, doma nejčastěji sleduje pohádky. Nejspíše je to také tím, že televizi sleduje společně s bratrem, kterému je osm let.

Rádio poslouchají všichni respondenti, převážně kvůli muzice. Často si ho pouštějí v autě cestou do práce, hraje jim i v práci. Zmiňovali zejména poslech rádia ráno, oblíbené jsou různé ranní show. Toto potvrzuje výzkum, který proběhl na Slovensku, kdy vyšlo, že rozhlas má nejsilnější pozici v ranních hodinách (KEKLAR In JIRÁK, KÖPPLOVÁ, KOLLMANNOVÁ 2009: 339). Ranní show jsou již nějakou dobu asi nejznámějším programem v rádiu, moderují je známí moderátoři. Jde převážně o zábavu, zpříjemnění ranního vstávání, přesto se posluchači nenásilnou formou dozví i aktuální informace, základní zpravodajství. Rozhlas popisuji v kapitole 2. 1. 2. 1.

Ve výzkumu, který se skládal z osmi respondentů, vyšlo najevo, že většina ve svém volném čase využívá elektronická média, pouze jedna žena se nebyla schopna rozhodnout, myslí se, že využívá oba druhy médií rovnoměrně. Zajímavé je, že polovina s tímto poměrem nebyla spokojena. Tři by se chtěli více věnovat knihám, jedna by nejraději vrátila dobu, než vznikl Facebook, zejména z důvodu, že tam podle ní většina tráví příliš mnoho času a lidé pak spolu o to méně komunikují. Volným časem ve spojení s médii se věnuji v kapitole 3. 2.

Z výše uvedených skutečností plyne odpověď na výzkumnou otázku č. 1. *„ Jaké mohou mít postavení elektronická média ve volném čase u vybraných osob ve věku od 15 do 30 let?“*.

K odpovědi na výzkumnou otázku č. 2 „*Jaké mohou mít postavení tištěná média ve volném čase u vybraných osob ve věku od 15 do 30 let?“* jsem popsala teorii

v kapitolách 2. 1. 1. Tištěná média, 3. Volný čas a 4. Mládež společně s jejich podkapitolami. V rozhovoru jsem se ptala na otázky týkající se novin, knih, časopisů. Z tištěných médií všichni respondenti čtou časopisy, i když si je nekupují pravidelně, většinou pouze příležitostně, pokud je zaujmou v obchodě. Jeden respondent si časopisy kupuje pravidelně, z jeho pracovního prostředí, o rybářství, také o cestování a autech. Z výzkumu jsme se dozvěděla, že mladší respondenti častěji čtou spíše levnější časopisy, dívčí, ženské a bulvární. Starší si kupují více cestovatelské, módní, kuchařské, muži o autech. Tímto lze potvrdit slova Pospíšila, že čtenáři periodik „nenáročného čtení“ jsou lidé spíše s nižšími příjmy se základním a středoškolským vzděláním, což vzhledem k věku respondentek odpovídá (POSPÍŠIL 2011: 40). Já sama jsem si dříve časopisy kupovala poměrně často, ale zjistila jsem, že se mi doma hromadí nepřečtené. Nyní si je kupuji jako většina respondentů příležitostně, když mě zaujme v obchodě, nejlépe pokud je tam přibalený dárek. V letošním roce dokonce po 24 letech se přestal vydávat časopis Bravo, na kterém většina dnešní mládeže vyrostla, z ekonomických důvodů (MEDIAGURU.CZ 2015: online).

Co se týká novin, pro většinu respondentů jsou přežitek, jeden se dokonce vyjádřil, že jsou pro něho prostředkem k zatopení. Přesto je část považuje za tradiční médium, které je sice na ústupu, ale své místo na trhu stále má. Přinášejí nám informace z České republiky, ale i místa bydliště, zejména o důležitých informacích a kulturních akcí právě v okolí bydliště. Na první pohled výzkum, jakoby se vymykal dnešní době, provedla JIM- studie 2014. Výsledky říkají, že generace mladých lidí často říká, že i přes veškeré technické platformy, které je obklopují, se nechtějí vzdát tištěných novin. Výzkum také ukázal, že noviny si vedou v hodnocení digitální generace velmi dobře. Věří jim více, než jiným médiím (MEDIAMANIA. CZ 2015: online). Na druhou stranu tuto myšlenku potvrzuje jeden respondent, podle kterého jsou zprávy v tištěné podobě lepší než v televizi, kde jsou více se senzacemi. Osobně noviny čtu také minimálně, zejména pouze tehdy pokud je někde dostanu. Problém novin spatřuji v tom, že i různé deníky aktuální zprávu dají na web či přímo Facebook, kde si to přečtu a stejnou zprávu nemám zájem číst druhý den. Nezájem o tištěné noviny z řad mládeže podle mě nesouvisí s nezájmem o okolí, ale s možností internetových zpravodajství, které je aktuální a umožňuje v dnešní době pro mladé potřebnou interaktivitu.

Všichni respondenti mají ke knihám kladný vztah, většina dokonce velmi kladný vztah, jedna respondentka se vyjádřila, že knihy dokonce sbírá a miluje, nejen z důvodu vystudování bohemistiky. Přesto se ale také všichni shodují, že knihy sice čtou, ale

velmi málo, pár do roka, někdy ani to ne. Nejčastějším důvodem malé frekvence čtení udávají nedostatek času. Možná něco bude i na myšlence jedné respondentky, že poslední dobou místo ke knize bohužel spíše pohodlně usedneme k obrazovce počítače. Respondenti, kteří jsou žáci či studenti, uvádějí, že knihy pro účely studia používají. Žákyně deváté třídy čte knihy povinné četby a studenti vysokých škol knihy také ke studiu potřebují. Pouze studentka odborného učiliště knihy ke studiu nepotřebuje. Pracovně knihy využívá učitelka mateřské školy a vychovatelka, které z nich čerpají převážně inspiraci na projekty, tvoření a poté tisková mluvčí, k nastudování určité pracovní problematiky, např. týkající se neverbální komunikace. Opět jsem narazila na problém neujasněnosti pojmů, protože dva respondenti mi sice uvedli, že tištěná média ve volném čase nepoužívají, ale při dalších otázkách jsem zjistila, že tomu tak ve skutečnosti není, používají jak časopisy, tak knihy.

Myslím si, že většina mladých lidí, sice doopravdy čte méně, ale knihy nezatracuje, je si toho vědoma a možná to i chce změnit. Velmi důležitá je podpora čtení od rodiny již od dětství. Jsem ráda, že existuje mnoho aktivit, akcí, které podporují právě knihy, celkově čtení. Projekty Čtení pomáhá, Celé Česko čte dětem, Noc s Andersenem či ve škole Čtenářské dílny jistě děti potěší a nenásilnou, zábavnou formou přibližují ke knihám. Pro starší děti, mládež akce typu literární šlehy, autorské čtení či zpopularizované Listování díky herci Lukáši Hejlíkovi. Bohužel většina mých respondentů podobné akce nezná, pouze tři ženy znají Listování a z toho dvě ho pravidelně navštěvují. K podpoře čtení jistě přispějí i knihy, které dnes začínají vydávat YouTubeři a blogeři. Zde jsou krásně propojena elektronická i tištěná média, kdy mladí lidé si koupí knihu díky tomu, že daného člověka znají z internetu. Příkladem mohou být knihy YouTuberek ACup of Style Móda, krása a životní styl, Já, JůTúber, Kafe a cigárko od herečky a blogerky Marie Doležalové či kniha počítačové hry Minecraft. V rámci výše uvedených informací lze odpovědět na výzkumnou otázku č. 2: *„Jaké postavení mohou mít tištěná média ve volném čase u vybraných osob ve věku od 15 do 30 let?“*

Výzkumná otázka č. 3 zní: *Využívají osoby od 15 do 30 let ve vybraných knihovnách více výpůjční služby nebo veřejný internet?* K této výzkumné otázce se vztahují kapitoly 2. 1. 2. 3 Internet a 4 Mládež. Na otázky týkající se knihoven jsem se ptala osob od 15 do 30 let a pracovníků knihoven v jižních Čechách.

Respondenti z řad mládeže veřejný internet v knihovnách nevyužívají vůbec. Dva respondenti dokonce nenavštěvují ani knihovnu, muž si knihy kupuje a dívka využívá

mobilní aplikace. Tyto fakta potvrzují pracovnice knihoven, které se shodly, že návštěvníci knihoven z řad mládeže více využívají jednoznačně výpůjční služby, pouze jedna knihovnice vnímá poměr jako vyrovnaný. Vzhledem k dnešním možnostem, zejména bezdrátového internetu wi-fi, který jak jsem se dozvěděla od knihovnic, nabízí většina knihoven, je možné, že faktické využívání internetu v knihovnách je daleko vyšší. Jeho uživatelé již nemusí sedět u počítače, ale mohou při výběru knih mezi regály použít chytrých telefonů a wi-fi.

Všechny pracovnice knihoven se také shodly, že využívání veřejného internetu je v posledních letech daleko nižší. Stejný názor mají na důvod, za ten považují rozšíření moderních technologií, dostupnější internet v domácnostech, v chytrých telefonech i tabletech.

Jedna knihovna dokonce ani veřejný internet nenabízí, z důvodu nefunkčního počítače. Jde o knihovnu na vesnici, která je otevřena dvě hodiny týdně. Knihovnice, která tam pracuje dva roky, ale poznamenala, že zatím o internet ani nikdo neprojevil zájem, knihovnu nejčastěji navštěvují senioři, kteří si chtějí spíše povídat. Mládež do vybraných knihoven chodí poměrně často, v průměru 15-20% z celkového počtu zaregistrovaných čtenářů. Jedna knihovna tento průměr převyšuje, mládež je zastoupena v 36 procentech. Lze se jen dohadovat, čím tento poměr může být daný, napadá mě možnost mladé knihovnice, za níž chodí její přátelé. Od pracovníků knihoven jsem se také dozvěděla, jaké knihy si mládež nejčastěji půjčuje. Shodli se, že nejčastěji povinnou četbu do školy, studijní materiály, fantasy literaturu a romány pro dívky.

Jak ukázaly rozhovory, mladí lidé do knihoven chodí a jejich část není zanedbatelná. Veřejný internet je v posledních letech využívám čím dál tím méně, zejména z řad mládeže. Stále ho využívají hlavně sociálně slabší lidé a senioři, kteří k němu nemají přístup v domácnosti.

Možná dle očekávání vybraná mládež více preferuje ve svém volném čase elektronická média, přesto si myslím, že kladný vztah má i k tištěným médiím. Knihy mají rádi, číst by je chtěli, ale nemají na ně čas, aktuálně je válcují rychlejší, aktuálnější, interaktivnější média. Ale často si to uvědomují, chtějí to změnit a podle mě přijde doba, kdy otevřeme ty zatím se doma hromadící knihy.

10. Závěr

Média jsou, byly a budou. Jen se mění jejich podoba. Mládež dnes aktivně používá zejména internet, sociální sítě, blogy. Média, kde se každý může aktivně zapojit, měnit jejich podobu, vyjádřit svůj názor. Nikdo ale neví, jaká budoucnost čeká na tyto média, zda přežijí několik staletí, jako knihy, jejichž vývoj popisuji v první části diplomové práce.

Všichni respondenti z mého výzkumného šetření ve svém volném čase používají jak elektronická, tak ale také stále i tištěná média. Elektronická média využívají častěji, přesto většina cítí, že tento stav není dokonalý a ráda by více ve svém volném čase četla.

Cíl práce, kterým bylo zjistit, jaká postavení mohou mít elektronická a tištěná média ve volném čase u vybraných osob od 15 do 30 let a zda osoby od 15 do 30 let využívají ve vybraných knihovnách více výpůjční služby nebo veřejný internet, se mi podařilo naplnit. Výsledky výzkumného šetření propojené s teorií popisuji v kapitole diskuze.

Otázky týkající se volného času ve spojení s médii jsou podle mě aktuální v každé době. Média jsou natolik dynamicky se rozvíjející, že v každé době budou výsledky zajímavé a věřím, že pokaždé by se našlo něco jiného, nějaký aktuální trend. Ale přesto si myslím a v to také doufám, že tradiční médium, kniha, bude mít své místo ve volném čase stále.

Žádný druh médií bychom podle mě neměli odsuzovat, ale najít v něm něco pozitivního, co nám přinese užitek. Je potřebné najít správný poměr jednotlivých činností, které vede k naplnění našeho volného času, naší spokojenosti.

11. Seznam použitých zdrojů

BEDNÁŘ, V. *Internetová publicistika.* Praha: Grada, 2011. ISBN 978-80-247-3452-1.

BÍNA, D a kol. *Výchova k mediální gramotnosti*. Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích, 2005. ISBN 80-7040-844-8.

BLAŽEK, B. *Venkov, města, média.* Praha: Sociologické nakladatelství SLON, 1998. ISBN 80-85850-59-1.

BURDOVÁ, E.; TRAXLER, J. *Bezpečně na internetu*. Praha: Středočeský kraj ve spolupráci se Vzdělávacím institutem, 2014. ISBN 978- 80-904864-9-2.

CARR- GREGG, M; SHALE, E. *Puberťáci a adolescenti*. Praha: Portál, 2010. ISBN 978-80-7367-662-9.

DUSPIVA, Z. *Digitalizace jako budoucnost elektronických médií*. Praha: Votiba Praha, 2004. ISBN 80-7220-169-7.

ECKERTOVÁ, L.; DOČEKAL, D. *Bezpečnost dětí na internetu: rádce zodpovědného rodiče*. Brno: Computer Press, 2013. ISBN 978-80-251-3804-5.

FTOREK, J. *Public relations jako ovlivňování mínění: Jak úspěšně ovlivňovat a nenechat se zmanipulovat.* Praha: Grada, 2006. ISBN 978-80-247-1903-0.

HÁJEK, B.; HARMACH, J.; HOFFMANN, O. et al. *Děti, vedoucí, volný čas*. Praha: Institut dětí a mládeže MŠMT, 2004. ISBN 80-86784-06-1.

HOFBAUER, B. *Kapitoly z pedagogiky volného času: soubor pojednání o volném čase a jeho výchovném zhodnocování*. Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích, Teologická fakulta, 2010. ISBN 978-80-7394-240-3.

HVÍŽĎALA, K. *Jak myslet média*. Praha: Dokořán, 2005. ISBN 80-7363-047-8.

CHROMÝ, J. *Komunikace, média, vzdělávání, kultura.* Praha: Extrasystem Praha, 2014. ISBN 978-80-87570-19-7.

JIRÁK, J. Podmínky a limity zvyšování mediální gramotnosti v českém prostředí. In: MAŠEK, J., SLOBODA Z.; ZIKMUNDOVÁ V. *Mediální pedagogika v teorii a praxi: sborník příspěvků z mezinárodní konference o mediální výchově a pedagogice*. Plzeň: Katedra výtvarné kultury Fakulty pedagogické Západočeské univerzity v Plzni a Asociace pro mediální pedagogiku o. s., 2009. s. 12- 16. ISBN 978-80-7043-851-0.

JIRÁK, J.; KÖPPLOVÁ, B. *Média a společnost: stručný úvod do studia médií a mediální komunikace.* 2. vyd. Praha: Portál, 2007. ISBN 978-80-7367-287-4.

JIRÁK, J.; WOLÁK, R. *Mediální gramotnost – nový rozměr vzdělávání*. Praha: Radioservis, 2007. ISBN 978-80-86212-58-6.

KAPLÁNEK, M. (ed.) *Čas volnosti čas výchovy: pedagogické úvahy o volném čase.* Praha: Portál, 2012. ISBN 978-80-262-0450-3

KEKLAK, R. Prečo uprednostňujeme on-line média?/Why We Prefer On-line Media? In JIRÁK, J.; KÖPPLOVÁ, B.; KOLLMANNOVÁ, D. K. (eds.) *Média dvacet let poté, Media Twenty Years After*. Praha: Portál, 2009. s. 334- 349. ISBN 978-80-7367-446-5.

KOHOUTEK, R. *Psychologie duševního vývoje*. Brno: Mendelova zemědělská a lesnická univerzita, 2008. ISBN 978-7375-185-2.

KOLOUCH, J.; DVOŘÁK, M.; NAJMAN, T.; JANÍKOVÁ, T. neBezpečné chování na Facebooku. In *Sociální sítě, Mobilní aplikace. Sborník příspěvků ke konferenci* Špindlerův Mlýn 5. - 6. 5. 2014. Plzeň: Západočeská univerzita v Plzni, 2014, s. 39- 47, ISBN 978-80-261-0362-2.

KULHÁNKOVÁ, H.; ČAMEK, J. *Fenomén Facebook*. Kladno: Jakub Čamek – BigOak, 2010. ISBN 978-80-904764-0-0.

LANGMEIER, J.; KREJČÍŘOVÁ, D. *Vývojová psychologie.* Praha: Grada Publishing, 1998. ISBN 80-7169-195-X.

MACEK, P. *Adolescence.* 2. upr. vyd. Praha: Portál, 2003. ISBN 80-7178-747-7.

McQUAIL, D. *Úvod do teorie masové komunikace*. 2. vyd. Praha: Portál, 1999. ISBN 80-7178- 714-0.

MEYROWITZ, J. *Všude a nikde: vliv elektronických médií na sociální chování*. Praha: Karolinum, 2006. ISBN 80-246-0905-3.

MIČIENKA, M.; JIRÁK J.et al. *Základy mediální výchovy*. Praha: Portál, 2007. ISBN 978- 80- 7367- 315- 4.

MIČIENKA, M.; JIRÁK, J et al. *Rozumět médiím – základy mediální výchovy pro učitele*. Praha: Partners Czech, 2006. ISBN 80-239-6762-2.

MICHALČÁKOVÁ, R. *Strachy v období rané adolescence*. Brno: Společnost pro odbornou literaturu, 2007. ISBN 978-80-87029-15-2.

MIOVSKÝ, M. *Kvalitativní přístup a metody v psychologickém výzkumu*. Praha: Grada Publishing, 2006. ISBN 80-247-1362-4.

NIKLESOVÁ, E.; BÍNA, D. *Mediální gramotnost a mediální výchova – studijní texty*. České Budějovice: Vlastimil Johanus, 2010. ISBN 978-80-904247-6-0.

NIKLESOVÁ, EVA a DANIEL BÍNA. *Mediální gramotnost a mediální výchova-studijní texty*. Vyd. 1. České Budějovice: Vlastimil Johanus, 2010. ISBN 978-80-904247-6-0.

PÁVKOVÁ, J. et al. *Pedagogika volného času: Teorie, praxe a perpektivy mimoškolní výchovy a zařízení volného času*. 2. vyd. Praha: Portál, 2001. ISBN 80-7178-569-5.

PETRUSEK, M. *Velký sociologický slovník*. Praha: Karolinum, 1996. ISBN 80-7184-164-1.

POSPÍŠIL, J. *Jak na média*. Kralice na Hané: Computer Media, 2011. ISBN 978-80-7402-071-1.

POSPÍŠIL, J.; ZÁVODNÁ, S. *Mediální výchova – metodika*. Kralice na Hané: Computer Media, 2010. ISBN 978- 80- 7402- 040- 7.

POSPÍŠIL, J.; ZÁVODNÁ, S. *Mediální výchova*. Kralice na Hané: Computer Media, 2009. ISBN 978- 80- 7402- 022- 3.

SMÉKAL, V.; MACEK, P. (eds.) *Utváření a vývoj osobnosti*. Brno: Barrister&Principal, 2002. ISBN 80-85947-8-8.

ŠEBĚŠ, M. Média a čas v našem každodenním životě. In *Mediální pedagogika: Média a komunikace v teorii a učitelské praxi.* České Budějovice: Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích, 2009. s. 62- 77. ISBN 978-80-7394-190-1.

ŠMAHEL, D. *Psychologie a internet: děti dospělými, dospělí dětmi.* Brno: TRITON, 2003. ISBN 80-7254-360-1.

ŠTANCL, V. *Tolerance a mediální gramotnost v multikulturním prostředí – sylaby a anotace vybraných příspěvků.* Praha: Univerzita Karlova, 2008. ISBN 978-80-7290-359-7.

VÁGNEROVÁ, M. *Vývojová psychologie I.: dětství a dospívání*. Praha: Karolinum, 2008. ISBN 978-80-246-0956-0.

VÁGNEROVÁ, M. *Vývojová psychologie II*.: dospělost a stáří. Praha: Karolinum, 2007. ISBN 978-80-246-1318-5.

VERNER, P. *Mediální výchova – průřezové téma*. Úvaly: Albra, 2007. ISBN 978-80-7361-042-5.

VÝROST, J.; SLAMĚNÍK, I. (ed.*) Aplikovaná sociální psychologie I*. Praha: Portál, 1998. ISBN 80-7178-269-6.

WALTER, E. *Mysli jako Zuckenberg: pět podnikatelských tajemství šéfa firmy Facebook.* Praha: Press, 2013. ISBN 978-80-7261-264-2.

WINFRIED, S. et al. *Analýza obsahu mediálních sdělení*. 2. přepr. vyd. Praha: Karolinum, 2004. ISBN 80-246-0827-8.

ŽANTOVSKÝ, P. *České politika a média po roce 1989*. Praha: Institut Václava Klause, 2013. ISBN 978-80-87806- 02-9.

Periodika:

DANĚK, K.; KOSOVÁ J. Mediální výchova na základní škole. *Český jazyk a literatura*, 2004- 2005, roč. 55, č. 2, s. 52- 59. ISSN 0009-0786.

DUSPIVA, Z. Vliv elektronických médií na děti a mládež ČR v roce 2003. *Britské listy* [online]. 19. 8. 2003, [cit. 2016-01-02]. Dostupné na WWW: http://blisty.cz/art/15104.html. ISSN 1213-1792.

NOVÁKOVÁ, M. Nová média – případová studie Facebook. *E- polis.cz* [online]. 3. 6. 2009. [cit. 2016-01-19]. Dostupné na WWW: http://www.e-polis.cz/clanek/nova-media-pripadova-studie-facebook.html. ISSN 1801-1438.

O'KEEFFE, G.; CLARKE- PEARSON, K. The Impact of Social Media on Childern, Adolescents, and Families. *Pediatrics,* April 2011, volume 127, issue 4, p. 24-28.

PROVAZNÍKOVÁ, R. Komunikace a média v dnešní společnosti. *Národní pojištění,* 2015, č. 7, s. 23. ISSN 0323-2395.

SAK, P. Děti a mládež na počátku mediální a informační společnosti. *Česko – slovenská pediatrie: časopis České a Slovenské pediatrické společnosti,* 2009, roč. 64, č. 5, s. 242-250. ISSN 0069- 2328.

Právní předpisy:

Zákon č. 257/ 2001 Sb., o knihovnách a podmínkách provozování veřejných knihovnických a informačních služeb (knihovní zákon), ve znění platném k 1. lednu 2002.

Elektronické zdroje:

BEZPEČNÝINTERNET.CZ *Rizika sociálních sítí* [online]. [cit. 2016- 01- 27]. Dostupné na WWW: http://www.bezpecnyinternet.cz/zacatecnik/socialni-site/rizika.aspx

DOČEKAL, D. *Mládež používá Facebook stále méně, jde radši tam, kde nejsou rodiče,* 18. 11. 2013 [online]. © 1998 – 2016 Internet Info s.r.o. [cit. 2016-01-23]. Dostupné na: http://www.lupa.cz/clanky/mladez-pouziva-facebook-stale-mene-jde-radsi-tam-kde-nejsou-rodice/.

DOUBRAVA, L. Mediální výchova, nové téma ve výuce. *Učitelské noviny* [online]. 2006, č. 44 [cit. 2016-01-18]. Dostupné na WWW: http://www.ucitelskenoviny.cz/?archiv&clanek=48&PHPSESSID=0f25f5ca140cecb2f5e2a53fa17d088d.

FRIDRICH, M. *Nová média (asi) změní svět*, 1. 4. 2011 [online]. Praha: News Media s.r.o., © Mediář 2011- 2014 [cit. 2016- 01- 27]. Dostupné na WWW: http://www.mediar.cz/nova-media-asi-zmeni-svet/.

HRADECKÁ, M. *Krize papírových novin: Tištěná média spějí k zániku, vzestup zažívá internet,* 25. 10. 2011 [online]. QAP Production s.r.o., © 2010 [cit. 2016-01-20]. Dostupné na WWW: http://www.qap.cz/lifestyle/spolecnost/object/krize-papirovych-novin-tistena-media-speji-k-zaniku-vzestup-zaziva-internet-24936/dokument.htm.

JAHN, O. *Youtubeři. Fenomén, který dobývá Česko a nese peníze*, 16. 7. 2015 [online]. Praha: Echo Media a.s., © ČTK 2015 [cit. 2016- 01- 27]. Dostupné na WWW: http://echo24.cz/a/w7wjE/youtuberi-fenomen-ktery-dobyva-cesko-a-nese-penize.

JIRÁK, J. *O účincích médií*, 20. 6. 2005 [online]. [cit. 2015-12-28]. Dostupné na WWW: http://clanky.rvp.cz/clanek/o/z/246/O-UCINCICH-MEDII.html/.

KROUŽELOVÁ, D. *Příručka mediální výchovy: Mediální výchova na gymnáziích*. [online]. Pardubice: Koalice nevládek Pardubicka, o.s., 2010. [cit. 2016-01-03]. Dostupné na WWW: http://www.mediasetbox.cz/data/_text/000004/prirucka-medialni-vychovy.pdf.

MEDIAGRAM *Vlivy celospolečenské a kulturní: vliv na jazykovou kulturu, sdílené společenské hodnoty, stabilitu společnosti, sport apod*. [online]. © 2016 [cit. 2016- 02-20]. Dostupné na WWW: http://mediagram.cz/zsv-2/vlivy-celospolecenske-a-kulturni.

MEDIAGURU.CZ *Časopis Bravo na českém trhu po 24 letech skončí,* 14. 12. 2015 [online]. © 2016 PHD a.s. [cit. 2016-02-24]. Dostupné na: http://www.mediaguru.cz/2015/12/casopis-bravo-na-ceskem-trhu-po-24-letech-skonci/#.Vs1vCvnhDIU.

MEDIAMENIA *Mládež věří novinám, ukázal průzkum digitálních domorodců,* 10. 4. 2015 [online]. © 2006 Empresa Media, a.s. [cit. 2016-02-24]. Dostupné na: http://mediamania.tyden.cz/rubriky/tisk/mladez-veri-novinam-ukazal-pruzkum-digitalnich-domorodcu_339201.html.

NETMONITOR.CZ TZ *Využívání internetových služeb z mobilního telefonu rychle roste* [online]. © 2011 SPIR z.s.p.o. [cit. 2016-01-23]. Dostupné na: http://www.netmonitor.cz/tz-vyuzivani-internetovych-sluzeb-z-mobilniho-telefonu-rychle-roste.

PALATA, K. *Výzkum: internet v mobilu využívají až 2/3 českých studentů,* 17. 10. 2013 [online]. © 2004- 2016 24net s.r.o. [cit. 2016-01-23]. Dostupné na: http://mobilenet.cz/clanky/vyzkum-internet-v-mobilu-vyuzivaji-az-23-ceskych-studentu-13403.

PÍTROVÁ, M. *Potřebují česká média Facebookové experty?*, 18. 11. 2013 [online]. © NEWTON Media, a.s. 2014 [cit. 2016- 01- 27]. Dostupné na WWW: http://www.newtonmedia.cz/cs/mediainfo-cz/komentare/potrebuji-ceska-media-facebookove-experty/detail.

RŮŽIČKA, R. *Sedm československých YouTuberů, které byste měli znát. Hltají je statisíce lidí*., 9. 4. 2015 [online]. © 2015MediaRey, SE [cit. 2016- 01- 20]. Dostupné na WWW: http://www.forbes.cz/sedm-ceskoslovenskych-youtuberu-ktere-byste-meli-znat-hltaji-je-statisice-lidi/.

ŠEBEŠ, M. *Děti a mládež v kyberprostoru*, [online]. © 2013 Metropolitní univerzita Praha, o.p.s. [cit. 2016- 02- 02]. Dostupné na WWW: http://www.mediapodlupou.cz/lekce/deti-a-mladez-v-kyberprostoru.

ŠKODOVÁ, M. *Jsou média hlídacím psem demokracie? Vztah médií a politiky*, [online]. © 2013 Metropolitní univerzita Praha, o.p.s. [cit. 2016- 02- 20]. Dostupné na: http://www.mediapodlupou.cz/lekce/jsou-media-hlidacim-psem-demokracie-vztah-medii-a-politiky.

VÁŇA, T. *Ilustrace funkce médií na příkladu MF Dnes,* [online]. © 2012 [cit. 2016- 02- 02]. Dostupné na WWW: http://www.tomasvana.cz/index.php/publikacni-cinnost/akademicke-prace/19-ilustrace-funkce-medii-na-prikladu-mf-dnes.html.

VANÍČKOVÁ, L. *Nejznámější youtubeři: ViralBrothers, GoGoMan a TeriBlizten*, 21. 7. 2015 [online]. Praha: News Media s.r.o., © Mediář 2011- 2014 [cit. 2016- 01- 27]. Dostupné na WWW: http://www.mediar.cz/nejznamejsi-youtuberi-viralbrothers-gogoman-a-teri-blitzen/.

Volný čas a prevence u dětí a mládeže. Praha: Ministerstvo školství, mládeže a tělovýchovy, odbor pro mládež, 2002. Dostupné na WWW: http://docplayer.cz/400498-Volny-cas-a-prevence-u-deti-a-mladeze.html.

VRANKOVÁ, E. Ujasněte si pojmy: Mediální gramotnost. *Revue pro média* [online]. 2006, č. 6 [cit. 2016-01-02]. Dostupné na WWW: http://znv.nidv.cz/projekty/realizace-projektu/klice-pro-zivot/medialni-vychova-a-medializace/realizace/ujasneme-si-pojmy-medialni-gramotnost.

Seznam příloh

Příloha I. Otázky polostandardizovaného rozhovoru s osobami od 15 do 30 let

Příloha II. Otázky polostandardizovaného rozhovoru s pracovníky knihoven

Příloha III. Přepis rozhovorů s osobami od 15 do 30 let

Příloha IV. Přepis rozhovorů s pracovníky knihoven

Příloha I.

Otázky polostandardizovaného rozhovoru s osobami od 15 do 30 let

Kolik je vám let?

Kde bydlíte?

Studujete, pracujete?

Co pro vás znamená volný čas?

Co nejraději děláte ve svém volném čase?

Co nejčastěji děláte ve svém volném čase?

Co si představíte, když se řekne slovo média?

Jaký význam podle vás mají v dnešní době média?

Používáte při studiu či pracovně média?

Používáte média ve svém volném čase?

Jaká tištěná média používáte ve svém volném čase?

Co pro vás v dnešní době znamenají noviny?

Kupujete si časopisy?

Jaký máte vztah ke knihám?

Čtete knihy ve svém volném čase?

Čtete knihy pracovně, při studiu?

Knihy si kupujete, nebo půjčujete?

Navštěvujte knihovny za účelem půjčení knihy nebo kvůli veřejnému internetu?

Znáte, nebo navštěvujete nějaké veřejné akce týkající se čtení – autorské čtení, literární šlehy, Listování?

Jaká elektronické média využíváte ve svém volném čase?

Jaký máte vztah k sociálním sítím?

Co si myslíte o Facebooku?

Komunikujete s přáteli více na sociálních sítích nebo osobně?

Co nejvíce sledujte v televizi?

Posloucháte rádio? Kdy nejčastěji?

Ve volném čase se více věnujete tištěným nebo elektronickým médiím?

Jste takto spokojeni, nebo byste to chtěli změnit?

Jste spokojeni se svým trávením volného času?

Příloha II.

Otázky polostandardizovaného rozhovoru s pracovníky knihoven

Kolik osob je zaregistrovaných u vás v knihovně?

Jak velikou část tvoří osoby od 15 do 30 let?

Poskytuje v knihovně veřejný internet? Za jakých podmínek?

Jaké knihy si nejvíce půjčuje mládež?

Využívá mládež více výpůjční služby nebo veřejný internet?

Dokážete říci, jak se v posledních letech změnilo využívání veřejného internetu u vás v knihovně?

Příloha III.

Přepis rozhovorů s osobami od 15 do 30 let

Rozhovor 1

Kolik je ti let?

Je mi 20.

Kde bydlíš?

Bydlím v malé vesničce poblíž hranic.

Studuješ nebo pracuješ?

Pracuji jako rybář.

Co pro tebe znamená volný čas?

Čas pro odpočinek, odreagování.

Co nejraději děláš ve svém volném čase?

Nejraději sportuji, sleduji filmy, chodím s kamarády na pokec.

Co nejčastěji děláš ve svém volném čase?

Sleduji filmy či videa.

Co si představíš, když se řekne slovo média?

Zprávy a záznamová zařízení.

Jaký význam podle tebe mají v dnešní době média?

Oznámení lidem co se kde děje.

Používáš pracovně média?

Ano, používám počítač. Dnes snad už média používají všichni a všude.

Používáš média ve svém volném čase?

Ano, počítač i knihu.

Jaká tištěná média používáš ve svém volném čase?

Časopisy a knihy.

Co pro tebe v dnešní době znamenají noviny?

Zprávy v tištěné formě, rozhodně v jiném stylu, jak zprávy v televizi, kde je to více se senzací.

Kupuješ si časopisy?

Ano, docela často. Mám rád časopisy, kde se něco nového dovím, třeba právě z rybářství. Nebo časopisy o cestování, autech.

Jaký máš vztah ke knihám?

Kladný, čtu rád.

Čteš knihy ve svém volném čase?

Ano, pár knih do roka přečtu. Nejčastěji čtu dobrodružnou, historickou četbu.

Čteš knihy pracovně?

Ne, to ne. V mé práci to není potřeba. To si čtu nějaké časopisy.

Knihy si kupuješ, nebo půjčuješ?

Půjčuji, chodím do knihovny, která je v blízkém městě.

Navštěvuješ knihovny za účelem půjčení knihy nebo kvůli veřejnému internetu?

Půjčení knih, na internet tam nechodím vůbec.

Znáš, nebo navštěvuješ nějaké veřejné akce týkající se čtení – autorské čtení, literární šlehy, Listování?

Neznám.

Jaká elektronické média využíváš ve svém volném čase?

Počítač.

Jaký máš vztah k sociálním sítím?

Ne moc kladný, ale nedá se říct záporný.

Co si myslíš o Facebooku?

Je dobrý pro komunikaci s přáteli, ale nemusí tam člověk dávat vše o sobě. Někdo tam dává podle mě zbytečně moc informací.

Komunikuješ s přáteli více na sociálních sítích nebo osobně?

Asi bohužel na sociálních sítích.

Co nejvíce sleduješ v televizi?

Filmy a seriály. Dívám se hlavně na americké filmy a seriály na Primě Cool. Seriály typy Teorie velkého třesku.

Posloucháš rádio?

Ano, hlavně muziku.

Ve volném čase se více věnuješ tištěným nebo elektronickým médiím?

Elektronickým.

Jsi takto spokojen, nebo by si to chtěl změnit?

Jsem spokojen.

Jsi spokojen se svým trávením volného času?

Ano, nic mi nechybí.

Rozhovor 2

Kolik je ti let?

Je mi 28.

Kde bydlíš?

Bydlím u partnera na vesnici na Třeboňsku, částečně však ještě i u rodičů v Rudolfově nedaleko Českých Budějovic.

Studuješ nebo pracuješ?

Pracuji jako tisková mluvčí.

Co pro tebe znamená volný čas?

V poslední době jsou to pro mne spíš vzácné chvíle, kdy se můžu věnovat jen sama sobě.

Co nejčastěji děláš ve svém volném čase?

Nejčastěji se navštěvujeme s přáteli, v létě pak jezdíme s partnerem na výlety a v zimě lenošíme doma.

Co nejraději děláš ve svém volném čase?

Ve volném čase nejraději chodím do divadla, navštěvuji památkové objekty, výletuji a setkávám se s přáteli u dobrého jídla.

Co si představíš, když se řekne slovo média?

Sedmá velmoc, jejíž nedozírný vliv si jen málokdo dokáže připustit.

Jaký význam podle tebe mají v dnešní době média?

Prakticky utvářejí společenské klima, udávají trendy v životním stylu a žádný politický systém se bez nich neobejde.

Používáš pracovně média?

Ano, každý den. Moji práci tvoří z velké části komunikace s médii.

Používáš média ve svém volném čase?

Ano, sociální síť Facebook.

Jaká tištěná média používáš ve svém volném čase?

Módní magazíny a cestovatelské časopisy.

Co pro tebe v dnešní době znamenají noviny?

Tradiční médium, jehož příznivci si za žádnou cenu nepřipustí, že jeho pozice na trhu slábne a postupně jej nahrazují rychlejší, kompaktnější a aktuálnější online deníky.

Kupuješ si časopisy?

Ano, módní magazíny, časopisy o zdraví a cestovatelské časopisy. Ovšem ne pravidelně.

Jaký máš vztah ke knihám?

Studovala jsem bohemistiku, knihy miluji a sbírám, bohužel v posledních letech spíš pohodlně usednu k počítači než ke knize a to mne mrzí. Chci to změnit.

Čteš knihy ve svém volném čase?

Ano, ale teď jen bohužel málo.

Čteš knihy pracovně?

Ano, občas si půjčím knihu, ze které potřebuji nastudovat problematiku potřebnou k mojí práci.

Knihy si kupuješ, nebo půjčuješ?

Půjčuji nebo je dostávám.

Navštěvuješ knihovny za účelem půjčení knihy nebo kvůli veřejnému internetu?

Pouze za účelem půjčení knihy.

Znáš, nebo navštěvujete nějaké veřejné akce týkající se čtení – autorské čtení, literární šlehy, Listování?

Znám Listování, na které pravidelně chodíme s přáteli.

Jaká elektronické média využíváš ve svém volném čase?

Internet a televizi.

Jaký máš vztah k sociálním sítím?

Jsem uživatelkou jen Facebooku, ostatní mi přijde principiálně stejné. Sociální sítě jsou dobré k udržování kontaktů, ale i k byznysu.

Co si myslíš o Facebooku?

Je to skvělý nástroj komunikace nejen mezi lidmi, ale i z pohledu instituce – člověk/příjemce. Mocný nástroj v ovlivňování a pozměňování reality.

Komunikuješ s přáteli více na sociálních sítích nebo osobně?

Na sociálních sítích, ale snažím se, aby to bylo vyrovnané.

Co nejvíce sleduješ v televizi?

Zpravodajské relace + zřídkakdy pořad o vaření Prostřeno.

Posloucháš rádio? Kdy nejčastěji?

Ano, často. Rádio poslouchám při řízení auta, cestou do práce poslouchám ranní show. Rádio mám puštěné také v práci. Dříve jsem pracovala jako mediální konzultant právě v rádiu, tak si ráda poslechnu kolegy.

Ve volném čase se více věnuješ tištěným nebo elektronickým médiím?

Elektronickým médií- počítači.

Jsi takto spokojena, nebo by si to chtěla změnit?

Chtěla bych to změnit a víc číst knihy.

Jsi spokojena se svým trávením volného času?

Ne, chtěla bych se víc soustředit na knihy, na vycházky do přírody a elektronická média nechat na pracovní dobu.

Rozhovor 3

Kolik je ti let?

Je mi 15 let.

Kde bydlíš?

Bydlím na vsi blízko Českých Budějovic.

Studuješ?

Studuji na základní škole, chodím do deváté třídy.

Co pro tebe znamená volný čas?

Volný čas pro mě znamená, že si v danou chvíli můžu dělat, co chci, něco co mě uvolní a u čeho přestanu úplně myslet na ostatní věci.

Co nejraději děláš ve svém volném čase?

Mým velkým koníčkem je vyrábění náušnic a dalších šperků. Dělám si je jak pro sebe, tak je ráda vyrábím i jako dárečky pro svoje kamarády.

Co nejčastěji děláš ve svém volném čase?

Nejčastěji se koukám na počítači na filmy.

Co si představíš, když se řekne slovo média?

Televize, rozhlas, internet.

Jaký význam podle tebe mají v dnešní době média?

Podle mě mají média docela velký význam dneska. Využíváme je všichni a všude. Bez nich si ani nedovedu být.

Používáš při studiu či pracovně média?

Ano, ve škole máme místo učebnic tablety. A pak si taky na internetu vyhledávám nějaké informace, které potřebuji do školy, na referáty. Nebo když něčemu nerozumím, tak to hledám, já nebo mi pomáhají rodiče.

Používáš média ve svém volném čase?

Ano.

Jaká tištěná média používáš ve svém volném čase?

Knihy pro mládež.

Co pro tebe v dnešní době znamenají noviny?

Já a i celkově naše rodina nemá o noviny moc zájem.

Kupuješ si časopisy?

Ano, v časopisech je vše nové co se momentálně děje. Ale já čtu jen časopisy pro holky.

Jaký máš vztah ke knihám?

Můj vztah ke knihám je celkem dobrý.

Čteš knihy ve svém volném čase?

Ve svém volném čase čtu jen knihy dnešní doby. Co jsou pro tebe knihy dnešní doby?

No, knížky, které napsali autoři, kteří žijí v dnešní době, takové ty moderní knížky.

Čteš knihy při studiu?

Při studiu čtu jen učebnice a knihy na povinnou četbu do školy.

Knihy si kupuješ, nebo půjčuješ?

Knihy dnešního světa si kupuji nebo dostávám, ale třeba takové ty staré knihy na povinnou četbu si musím půjčovat.

Navštěvuješ knihovny za účelem půjčení knihy nebo kvůli veřejnému internetu?

Vždy jen za účelem půjčení knihy.

Znáš, nebo navštěvuješ nějaké veřejné akce týkající se čtení – autorské čtení, literární šlehy, Listování?

Neznám žádné.

Jaká elektronické média využíváš ve svém volném čase?

Používám mobil a notebook.

Jaký máš vztah k sociálním sítím?

Můj vztah k sociálním sítím si dovolím říct, že je občas i přehnaný. Jsem tam moc často.

Co si myslíš o Facebooku?

Podle mě je to nebezpečná síť, ale pro nějaké věci i často užitečná. Dají se tam najít zajímavé informace a hlavně tam mám kamarády. Taky tam sleduju nějaké YouTubery.

Komunikuješ s přáteli více na sociálních sítích nebo osobně?

S přáteli normálně komunikuji většinou jen ve třídě, ale i často právě na sociálních sítích. Mimo třídu komunikuji skoro jenom s nejlepší kamarádkou, která bydlí v naší ulici, jinak jsme na Facebooku.

Co nejvíce sleduješ v televizi?

Nejvíc sleduji pohádky. Buď sama, nebo s bráškou. Koukám i na Déčko.

Posloucháš rádio? Kdy nejčastěji?

Poslouchám, pouštíme si ho s holkama a tancujeme.

Ve volném čase se více věnuješ tištěným nebo elektronickým médiím?

Elektronickým médiím, ale čas od času si nějakou knížku přečtu.

Jsi takto spokojená, nebo bys to chtěla změnit?

Jsem celkem spokojená a nic měnit nechci, protože pak už bych to nebyla já.

Jsi spokojeni se svým trávením volného času?

Ano jsem.

Rozhovor 4

Kolik je ti let?

Je mi 23 let.

Kde bydlíš?

Bydlím v Českých Budějovicích, na sídlišti.

Studuješ nebo pracuješ?

Pracuji jako učitelka v mateřské škole a k tomu ještě studuji dálkově.

Co pro tebe znamená volný čas?

Volný čas pro mě představuje odreagování a možnost dělat co chci.

Co nejraději děláš ve svém volném čase?

Nejraději se svým přítelem a psem podnikám různé výlety, bavím se s přáteli, vařím a peču.

Co nejčastěji děláš ve svém volném čase?

Pokud je počasí, tak nejvíce času trávím zahradničením nebo trávím volný čas se svými blízkými.

Co si představíš, když se řekne slovo média?

Televizi a noviny.

Jaký význam podle tebe mají v dnešní době média?

Informační funkci, ale v poslední době se média snaží, abychom všichni měli stejný názor, a vyvolávají v lidech paniku.

Používáš při studiu či pracovně média?

Ano, jak pracovně, když hledám na internetu nápady například na tvoření, tak i studijně. Také při hledání toho co nevím na internetu a využívám i knihy.

Používáš média ve svém volném čase?

Ano, dívám se na televizi i jsem na počítači.

Jaká tištěná média používáš ve svém volném čase?

Využívám jen elektronická média - na internetu, např. Novinky.cz, Idnes.cz.

Co pro tebe v dnešní době znamenají noviny?

Nevyhledávám je, na jednu stranu je hezké, že se stále vydávají, ale spíše pro mě představují přežitek.

Kupuješ si časopisy?

Zřídka, jednou za čas si koupím například o pečení. Jen když mě zaujme v obchodě.

Jaký máš vztah ke knihám?

Knihy převážně využívám ke studiu nebo pracovně. Spíše kladný.

Čteš knihy ve svém volném čase?

Bohužel hodně málo, možná až dostuduji, tak se to zlepší.

Čteš knihy pracovně nebo při studiu?

Ano, obojí. Do práce čtu třeba o tvoření a při studiu je to nutnost.

Knihy si kupuješ, nebo půjčuješ?

Půjčuji a jsou to hlavně knihy kvůli škole.

Navštěvuješ knihovny za účelem půjčení knihy nebo kvůli veřejnému internetu?

Půjčení knih.

Znáš, nebo navštěvuješ nějaké veřejné akce týkající se čtení – autorské čtení, literární šlehy, Listování?

Neznám.

Jaká elektronické média využíváš ve svém volném čase?

Používám počítač, televize a rádio.

Jaký máš vztah k sociálním sítím?

Kladný i negativní, když se člověk chová stejně jako v normálním světě, tak ano, ale pokud se vydávají za někoho jiného a přetvařují se, tak to odsuzuji.

Co si myslíš o Facebooku?

Člověka spojuje, ale zároveň odvádí od reality.

Komunikuješ s přáteli více na sociálních sítích nebo osobně?

To určitě osobně.

Co nejvíce sleduješ v televizi?

Pořady o vaření, filmy, sitcom.

Posloucháš rádio? Kdy nejčastěji?

Ano, poslouchám, často si ho doma pouštíme. Nejvíce ho poslouchám asi ráno.

Ve volném čase se více věnuješ tištěným nebo elektronickým médiím?

Elektronickým médiím.

Jsi takto spokojena, nebo by si to chtěla změnit?

Jsem takto spokojena.

Jsi spokojena se svým trávením volného času?

Spíše ano, určitě by šlo něco vylepšit, ale spíše jsem spokojena. Očekávám, že po dostudování se to ještě zlepší.

Rozhovor 5

Kolik je ti let?

Je mi devatenáct.

Kde bydlíš?

Bydlím v Horní Stropnici, v rodinném domku s rodiči.

Studuješ nebo pracuješ?

Studuju v učilišti, na servírku. Přes týden jsem na intru.

Co pro tebe znamená volný čas?

Čas pro sebe a moje záliby.

Co nejraději děláš ve svém volném čase?

Nejraději trávím čas s přáteli a přítelem a taky se věnuju svým koníčkům. Ráda se zajímám o módu.

Co nejčastěji děláš ve svém volném čase?

To stejný jako co dělám nejradši. Trávím čas s přítelem a přáteli a věnuju se koníčků.

Co si představíš, když se řekne slovo média?

Informace o tom, co se děje ve světě.

Jaký význam podle tebe mají v dnešní době média?

Mají docela velký význam, jsou všude a používat je musíme.

Používáš při studiu či pracovně média?

Ano, používám je ve škole. Píšu různé práce do školy.

Používáš média ve svém volném čase?

Ano, internet.

Jaká tištěná média používáš ve svém volném čase?

Používám internet.

Internet považuješ za tištěné médium?

No, já vlastně ani nevím. Asi ne, tak to je třeba knížka? Tak tu také používám, čtu si ráda. Ale čtu si stejně v telefonu.

Co pro tebe v dnešní době znamenají noviny?

Nic.

Kupuješ si časopisy?

Někdy ano, ale moc často ne. Občas si koupím nějaký časopis pro ženy, nebo bulvár. Koupím si třeba Cosmopolitan.

Jaký máš vztah ke knihám?

Myslím si, že ho mám docela velký. Mám je ráda.

Čteš knihy ve svém volném čase?

Ano, čtu. Mám ráda fantazy literaturu. Moc času na čtení nemám, ale snažím se. Nejvíce čtu na intru, tam je nejvíc času, více než doma, kde mám přítele.

Čteš knihy pracovně, při studiu?

Ne, to nečtu. Do školy to nepotřebuju.

Knihy si kupuješ, nebo půjčuješ?

Nekupuju, ani nepůjčuju, čtu si je v mobilu, mám tam aplikaci.

Navštěvuješ knihovny za účelem půjčení knihy nebo kvůli veřejnému internetu?

Nenavštěvuji je vůbec, nechodím tam.

Znáš, nebo navštěvuješ nějaké veřejné akce týkající se čtení – autorské čtení, literární šlehy, Listování?

Neznám nic z toho, ani nic jiného.

Jaká elektronické média využíváš ve svém volném čase?

Používám internet.

Používáš i jiné elektronické médium než internet?

Ne, jenom ten.

Jaký máš vztah k sociálním sítím?

Velký, jsem na něm denně a už si neumím představit žít bez nich.

Co si myslíš o Facebooku?

Facebook je výhodný v tom, že jsem v kontaktu s lidmi, ale i nevýhoda, že lidi tam dávaj svoje osobní věci.

Komunikuješ s přáteli více na sociálních sítích nebo osobně?

Komunikuju osobně i přes Facebook. Jak víc, to nevím, nedokážu to říct.

Co nejvíce sleduješ v televizi?

Seriály. Nejradši mám typu Jak jsem potkal vaši matku, Teorie velkého třesku, Dva a půl chlapa a tak.

Posloucháš rádio? Kdy nejčastěji?

Jo, poslouchám. Pouštím si ho na intru, nejčastěji na mobilu. Baví mě moderní hudba, tak nejvíce poslouchám tu.

Ve volném čase se více věnuješ tištěným nebo elektronickým médiím?

Určitě elektronickým.

Jsi takto spokojeni, nebo by si to chtěla změnit?

Jsem takto spokojena.

Jsi spokojena se svým trávením volného času?

Ano, vyhovuje mi to tak, nemám proč to měnit.

Rozhovor 6

Kolik je ti let?

Je mi 24.

Kde bydlíš?

Bydlím v domku v Kamenném Újezdu.

Studuješ nebo pracuješ?

Pracuji v papírnách.

Co pro tebe znamená volný čas?

Znamená pro mě zábavu.

Co nejraději děláš ve svém volném čase?

Sportuji a bavím se s přáteli, jezdíme spolu na výlety do přírody, na výlety s motorkou, to je můj koníček.

Co nejčastěji děláš ve svém volném čase?

Baví mě a asi i nejčastěji se věnuji kutilství. Hlavně v baráku a na motorce.

Co si představíš, když se řekne slovo média?

Bulvár.

Jaký význam podle tebe mají v dnešní době média?

Význam informační, informují nás o tom co se děje.

Používáš pracovně média?

Ano, počítač.

Používáš média ve svém volném čase?

Ano, počítač a televizi.

Jaká tištěná média používáš ve svém volném čase?

Žádný nepoužívám.

Co pro tebe v dnešní době znamenají noviny?

Prostředek na zatopení.

Kupuješ si časopisy?

Zřídka, výjimečně pouze o autech nebo motorkách.

Jaký máš vztah ke knihám?

Kladný.

Čteš knihy ve svém volném čase?

Ano, ne úplně moc a často, ale ano.

Čteš knihy pracovně, při studiu?

Ne, to ne, k tomu nemám důvod, nepotřebuji.

Knihy si kupuješ, nebo půjčuješ?

Kupuji, jednou za čas si právě knihu koupím a přečtu si. Do knihovny nechodím.

Navštěvuješ knihovny za účelem půjčení knihy nebo kvůli veřejnému internetu?

Nenavštěvuji, ani kvůli knihám ani kvůli internetu, nechodím tam vůbec.

Znáš, nebo navštěvuješ nějaké veřejné akce týkající se čtení – autorské čtení, literární šlehy, Listování?

Neznám, takže ani nenavštěvuji.

Jaká elektronická média využíváš ve svém volném čase?

Počítač, televizi a rádio.

Jaký máš vztah k sociálním sítím?

Kladný, patří k dnešní době, není důvod proč je zatracovat.

Co si myslíš o Facebooku?

Můj názor je takový neutrální. Jsem na něm, ale nedávám tam úplně vše, jako bohužel dost dnešních lidí. Netrávím na něm většinu svého času.

Komunikuješ s přáteli více na sociálních sítích nebo osobně?

Tak na půl.

Co nejvíce sleduješ v televizi?

Nejvíce se dívám na sitcom a komedie. Když už se dívám na televizi, chci se zasmát a pobavit.

Posloucháš rádio? Kdy nejčastěji?

Ano, nejčastěji ráno a pak i v práci. Vlastně si ho pouštím i v autě.

Ve volném čase se více věnuješ tištěným nebo elektronickým médiím?

Elektronickým, počítači a televizi.

Jsi takto spokojeni, nebo by si to chtěl změnit?

Mohlo by se to změnit, chtěl bych více se věnovat i knihám.

Jsi spokojen se svým trávením volného času?

To ano.

Rozhovor 7

Kolik je ti let?

Je mi 21 let.

Kde bydlíš?

Bydlím v jižních Čechách, blízko Suchdola nad Lužnicí, konkrétně v Klikově.

Studuješ nebo pracuješ?

Studuji, nyní na vysoké škole.

Co pro tebe znamená volný čas?

Volný čas je pro mě velmi důležitý. Věnuji se mým oblíbeným činnostem a trávím čas s lidmi, které mám ráda.

Co nejraději děláš ve svém volném čase?

Nejraději sportuji, čtu knihy a ráda se věnuji vaření a pečení.

Co nejčastěji děláš ve svém volném čase?

Nejčastěji sportuji.

Co si představíš, když se řekne slovo média?

Mnoho lidí a mnoho nových informací.

Jaký význam podle tebe mají v dnešní době média?

Informují nás o důležitých i nedůležitých, zbytečných, věcech.

Používáš při studiu média?

Ano, knihy i internet.

Používáš média ve svém volném čase?

Ano, knihy i internet právě nejčastěji.

Jaká tištěná média používáš ve svém volném čase?

Noviny a někdy i časopisy.

Co pro tebe v dnešní době znamenají noviny?

Informují nás o aktuálním děním jak ze zahraničí, tak i z České republiky a třeba i z míst, kde bydlíme. Také nás zvou na různé kulturní akce a někomu se díky novinám mohou otevřít i nové cesty.

Kupuješ si časopisy?

Ano. Ale jen příležitostně.

Jaký máš vztah ke knihám?

Velmi dobrý.

Čteš knihy ve svém volném čase?

Ano.

Čteš knihy pracovně, při studiu?

Ano, ale ne při zkouškovém období.

Knihy si kupuješ, nebo půjčuješ?

Odborné knihy si většinou vypůjčím. Ostatní si ráda koupím, abych rozšířila knihovnu. Také knihy dostávám jako dárek.

Navštěvuješ knihovny za účelem půjčení knihy nebo kvůli veřejnému internetu?

Za účelem půjčení knih.

Znáš, nebo navštěvuješ nějaké veřejné akce týkající se čtení – autorské čtení, literární šlehy, Listování?

Doposud jsem nenavštívila, ale ráda bych se jednou takové akce zúčastnila.

Jaká elektronické média využíváš ve svém volném čase?

Nejčastěji internet.

Jaký máš vztah k sociálním sítím?

Vlastním Facebook a využívám ho.

Co si myslíš o Facebooku?

Musím uznat, že Facebook má své výhody. Ale bohužel i nevýhody a dost velké pro populaci.

Komunikuješ s přáteli více na sociálních sítích nebo osobně?

Nejčastěji osobně. Také záleží jak s kterými lidmi.

Co nejvíce sleduješ v televizi?

Televizní noviny a dokumentární pořady.

Posloucháš rádio? Kdy nejčastěji?

Rádio poslouchám často, zejména když řídím, ale také při sportu. Poslouchám Evropu 2, mám ráda jejich Ranní show.

Ve volném čase se více věnuješ tištěným nebo elektronickým médiím?

Je to tak půl na půl.

Jsi takto spokojena, nebo by si to chtěla změnit?

Chtěla bych vrátit čas do té doby, než vznikl Facebook.

Jak to myslíš?

Vadí mi, že tam většina z nás tráví příliš mnoho času a lidé spolu tolik nemluví, protože se vše dozví právě na Facebooku.

Jsi spokojeni se svým trávením volného času?

Každý jsme svým pánem volného času a trávím ho tak, jak já sama chci a jak uvážím za vhodné, a proto jsem spokojená se svým trávením volného času.

Rozhovor 8

Kolik je ti let?

Je mi 25 let.

Kde bydlíš?

Bydlím společně s rodiči v rodinném domku na malém městečku.

Studuješ nebo pracuješ?

Pracuji jako vychovatelka ve školní družině.

Co pro tebe znamená volný čas?

Čas pro odpočinek, kdy nemusím dělat nic do práce a nejlépe i čas, kdy nemusím ani například uklízet.

Co nejraději děláš ve svém volném čase?

Nejraději si čtu, chodím s přáteli do restaurací, do divadla.

Co nejčastěji děláš ve svém volném čase?

Nejčastěji jsem na počítači nebo odpočívám.

Co si představíš, když se řekne slovo média?

Informace o všem možném.

Jaký význam podle tebe mají v dnešní době média?

Velice důležitý, možná i více než si uvědomujeme. Jsou neustále s námi a bohužel ještě mnoho lidí s nimi neumí žít tak, aby jim byly přínosné. Hlavně jim bohužel někteří lidé věří přespříliš, co se řekne v televizi, je prostě pravda.

Používáš pracovně média?

Ano, vyhledávám si jak v knihách, tak hlavně na internetu nejrůznější nápady nejen na tvoření.

Používáš média ve svém volném čase?

Ano, určitě. Používám časopisy, občas knihu, tak hlavně internet.

Jaká tištěná média používáš ve svém volném čase?

Časopisy a knihy.

Co pro tebe v dnešní době znamenají noviny?

Pro mě osobně čím dál tím méně. V rodině je odebíráme, hlavně taťka. Ten nepronikl do tajů internetu, tak pravidelně čte Jihočeskou a pak také Sport. I když je máme doma, tak je čtu opravdu jen minimálně.

Kupuješ si časopisy?

Jen příležitostně, když mám náladu a zaujme mě nějaký v obchodě.

Jaký máš vztah ke knihám?

Kladný, mám je ráda.

Čteš knihy ve svém volném čase?

Čtu, ale nemám na ně nyní čas, což mě mrzí. Teď jsem alespoň přečetla nějaké dětské knihy, které jsem si vzala v práci. Jinak se mi knihy doma hromadí a čekají na přečtení.

Čteš knihy pracovně?

Ano, na inspiraci pro tvoření.

Knihy si kupuješ, nebo půjčuješ?

Dříve jsem si je spíše půjčovala, nyní si ji raději koupím.

Navštěvuješ knihovny za účelem půjčení knihy nebo kvůli veřejnému internetu?

Za účelem půjčení knih.

Znáš, nebo navštěvujete nějaké veřejné akce týkající se čtení – autorské čtení, literární šlehy, Listování?

Znám Listování, na které pravidelně chodím s přáteli, a moc mě baví.

Jaká elektronická média využíváš ve svém volném čase?

Používám internet a televizi.

Jaký máš vztah k sociálním sítím?

Používám Facebook, Instagram. Bohužel Facebook používám více než bych chtěla.

Co si myslíš o Facebooku?

Facebook je takový jaký si ho uděláme. Pokud nechci, aby někdo něco o mně nevěděl, tak to tam prostě nedám. Někteří lidé tam dávají moc osobních informací. Je výhodný pro firmy, obchodníky, města pro snadnou komunikaci s lidmi a hlavně levné reklamě či sdílení kulturních akcí.

Komunikuješ s přáteli více na sociálních sítích nebo osobně?

Nad tím jsem se nikdy nezamýšlela, ale stále to bude více osobně.

Co nejvíce sleduješ v televizi?

Televizi často mám puštěnou jako kulisu. Ale ráda se dívám na české seriály a filmy.

Posloucháš rádio? Kdy nejčastěji?

Ano, například řídit auto si neumím představit bez muziky, nejčastěji poslouchám právě rádio. I doma si ho občas zapnu.

Ve volném čase se více věnuješ tištěným nebo elektronickým médiím?

Bohužel elektronickým.

Jsi takto spokojena, nebo by si to chtěla změnit?

Moc s tím spokojena nejsem, raději bych více četla.

Jsi spokojena se svým trávením volného času?

Víceméně ano.

Příloha IV.

Přepis rozhovorů s pracovníky knihoven

Knihovna 1

Kolik osob je zaregistrovaných u vás v knihovně?

Ke konci roku 2015 to bylo 1 887 uživatelů.

Jak velikou část tvoří osoby od 15 do 30 let?

358 uživatelů.

Poskytuje v knihovně veřejný internet? Za jakých podmínek?

Ano ve studovně máme 5 počítačů, na dvou pobočkách po jednom počítači. Poskytujeme ho bezplatně.

Jaké knihy si nejvíce půjčuje mládež?

Pro tady tu věkovou skupinu to nelze vyfiltrovat ze systému. Ale ze zkušeností vím, že si nejvíce půjčují knihy ke studiu, beletrie, romány nebo například detektivky. Z konkrétních knih to jsou například Jonnasson, Jonas – Analfabetka, Stoletý stařík, Nesbo, Jo – Sněhulák, Pentagram, Brown, Dan – Inferno, Žák, David- Návrat krále Šumavy.

Využívá mládež více výpůjční služby nebo veřejný internet?

Mládež od 15 do 30 let využívá výpůjční služby více. Internet velice sporadicky, mají chytré telefony, tablety.

Dokážete říci, jak se v posledních letech změnilo využívání veřejného internetu u vás v knihovně?

Využívání veřejného internetu se snižuje, souvisí s rozšířením moderních technologií, chytré telefony, tablety.

Knihovna 2

Kolik osob je zaregistrovaných u vás v knihovně?

U nás v knihovně máme 605čtenářů.

Jak velikou část tvoří osoby od 15 do 30 let?

144 osob je z toho tohoto věku.

Poskytuje v knihovně veřejný internet? Za jakých podmínek?

Veřejný internet poskytujeme zdarma, pro veřejnost máme k dispozici 9 počítačů.

Jaké knihy si nejvíce půjčuje mládež?

Mládež si nejvíce půjčuje fantasy, upíří ságy, dobrodružné, příběhy, historické, konkrétně knihy Davida Walliamse, Vlastimila Vondrušky. Miloše Kratochvíla asi nejvíce.

Využívá mládež více výpůjční služby nebo veřejný internet?

My si tady vedeme i takovou statistiku, já už znám čísla za rok 2015. Výpůjčky pro mládež si v loňském roce půjčilo 5400 knih a internet využilo asi 860 čtenářů. Podle mého názoru je to u mládeže stejné, jak výpůjčky, tak internet. Výpůjčky a internet jsou na stejné pozici.

Dokážete říci, jak se v posledních letech změnilo využívání veřejného internetu u vás v knihovně?

Tendence využívání internetu v knihovně je v posledních letech spíše sestupná, naopak výpůjčky knih se začínají zvyšovat. V roce 2015 se půjčilo o 5000 knih více než v roce 2014 dle statistiky.

Knihovna 3

Kolik osob je zaregistrovaných u vás v knihovně?

V roce 2015 u nás bylo zaregistrováno přesně 457 uživatelů.

Jak velikou část tvoří osoby od 15 do 30 let?

V tomto věku k nám do knihovny přišlo v minulém roce, v roce 2015 56 uživatelů.

Poskytuje v knihovně veřejný internet? Za jakých podmínek?

Internet zde máme, poskytujeme ho bezplatně.

Jaké knihy si nejvíce půjčuje mládež?

Konkrétně se nejvíce půjčuje: Kinney, Jeff : Deník malého poseroutky, Flanagan, John : Hraničářův učeň a knihy T.Breziny, J.Wilsonové, M.Kratochvíla, L.Lanczové E.Papouškové. A poté ještě například nejrůznější encyklopedie.

Využívá mládež více výpůjční služby nebo veřejný internet?

Více výpůjční služby.

Dokážete říci, jak se v posledních letech změnilo využívání veřejného internetu u vás v knihovně?

Veřejný internet je podle mě na ústupku. Máme ho tady, ale chodí na něj čím díl tím méně návštěvníků.

Knihovna 4

Kolik osob je zaregistrovaných u vás v knihovně?

V naší knihovně je zaregistrováno 137 občanů naší obce a okolních osad.

Jak velikou část tvoří osoby od 15 do 30 let?

Je to něco kolem 50 lidí. Zbytek jsou většinou senioři, ti u nás převládají.

Poskytuje v knihovně veřejný internet? Za jakých podmínek?

Ano, přístup k internetu poskytujeme. V knihovně máme 2 počítače, které jsou přístupné zaregistrovaným čtenářům zdarma na hodinu denně. Samozřejmě, pokud je to nutné, po individuální domluvě mohou čtenáři strávit na počítači delší čas. Ostatní občané, kteří nejsou zaregistrovaní, zaplatí za tuto hodinu 10 Kč.

Jaké knihy si nejvíce půjčuje mládež?

Nejvíce si půjčují děvčata dívčí romány. Poté se půjčuje klasická povinná četba. Asi 3 čtenáři v tomto věku si půjčují knihy zaměřené na některý vědecký obor. Protože jsme malá knihovna, takové knihy si půjčujeme z jiných knihoven. Nejčastěji z JVK. Takto nejčastěji půjčujeme cestopisné knihy, knihy s různými výlety.

Využívá mládež více výpůjční služby nebo veřejný internet?

V dnešní době, kdy má většina přístup k internetu doma, využívá mládež spíše samotnou knihovnu. Ještě tak před třemi lety tomu bylo naopak. Ale nyní máme kolem 1 návštěvy počítačové části knihovny týdně – a to ze všech návštěvníků, ne jenom mládež.

Dokážete říci, jak se v posledních letech změnilo využívání veřejného internetu u vás v knihovně?

To už jsem trochu řekla před chvílí. Dříve mládež neměla doma přístup k internetu. Ještě před třemi roky se stávalo, že se na naše dva počítače stávala řada a vedli jsme i sešit, kde si mohli čtenáři zamlouvat čas, který na PC chtějí strávit. Také jsme v té době měli více čtenářů v tomto věku. Dnes už má většina internet v domácnosti a i velké procento internet v mobilních telefonech, to se na návštěvnosti veřejného internetu také projevilo. Návštěvníku je znatelně méně.

Knihovna 5

Kolik osob je zaregistrovaných u vás v knihovně?

Přibližně je zde zaregistrovaných 3800 uživatelů

Jak velikou část tvoří osoby od 15 do 30 let?

Přibližně 550 uživatelů.

Poskytuje v knihovně veřejný internet? Za jakých podmínek?

Ano, knihovna přístup k veřejnému internetu poskytuje, zdarma, možné je i připojení na wi-fi internet knihovny vlastním zařízením.

Jaké knihy si nejvíce půjčuje mládež?

Mládež ve věku 15 až 30 let nelze specifikovat na základě nějakých datových výstupů, ale odpozorované máme fantasy, sci-fi, komiksy, veškerá naučná literatura doporučená ke studiu, doporučená školní četba dle jednotlivých učitelů češtiny. Současné romány vydávané nakladatelstvím Ikar a Albatros, edice pro náctileté.

Využívá mládež více výpůjční služby nebo veřejný internet?

Nedokáži specifikovat, rozhodně využívá obojí, ale spíše zřejmě převáží výpůjční služby, neboť mládež má internet doma a různé možnosti připojení i jinde než v knihovně; většinoví návštěvníci internetu v knihovně budou spíše starší 30 let, případně mladší 15 let.

Dokážete říci, jak se v posledních letech změnilo využívání veřejného internetu u vás v knihovně?

Úplně nedokáži, využívaný je stále, nicméně návštěvnost klesla, zřejmě nám konkurují jiné možnosti, kde internet využít – mobilní zařízení, rozšíření internetu v domácnostech.

Knihovna 6

Kolik osob je zaregistrovaných u vás v knihovně?

Počet se mění, záleží, komu zrovna končí registrace, nezaplatí poplatek. Ale aktuálně je zde zaregistrovaných 486 osob.

Jak velikou část tvoří osoby od 15 do 30 let?

Tento věk přesně neeviduji, pouze děti do 15 let a to je 74 čtenářů. Ale tento věk, to odhaduji, že to bude přibližně 1/6 všech čtenářů. Není zde ani učiliště, ani střední škola, tak jich sem více nechodí.

Poskytuje v knihovně veřejný internet? Za jakých podmínek?

Ano, máme tu jeden počítač, internet je zdarma.

Jaké knihy si nejvíce půjčuje mládež?

Nejvíce si půjčují povinnou četbu a poté teď frčí fantazy knihy. Už ani dívčí románky si moc holky nepůjčují, asi si je vezmou ve městě.

Využívá mládež více výpůjční služby nebo veřejný internet?

Určitě si více půjčují knihy.

Dokážete říci, jak se v posledních letech změnilo využívání veřejného internetu u vás v knihovně?

Zájem o internet je daleko menší. Dnes sem spíše někdo zaběhne, když něco potřebu najít a doma mu například nefunguje počítač. Dříve sem chodily děti hrát hry, když měly chvilku volnou, i například před odpoledním vyučováním, tak šly na internet. Ale to bylo ještě, když se platilo, hlídaly si minuty, aby měly dost peněz. Poslední dobou se jeho využívání hodně zmenšilo, je to podle mě tím, že internet je dnes dostupnější, je v mobilech, v tabletech. Právě i v těch mobilech mohou využívat wifi, kterou tady máme k dispozici zadarmo.

Knihovna 7

Kolik osob je zaregistrovaných u vás v knihovně?

Počet registrovaných čtenářů k 31. 12. 2015 je 5 449.

Jak velikou část tvoří osoby od 15 do 30 let?

Dokážu vyfiltrovat pouze osoby od 16 do 29 let a těch je u nás zaregistrovaných 966.

Poskytuje v knihovně veřejný internet? Za jakých podmínek?

Ano, poskytuje. Veřejný internet pro uživatele starší 15 let, ale i pro děti na dětském oddělení. Veřejný internet je určen všem uživatelům včetně neregistrovaným čtenářům knihovny starším 15 let. Řídí se vlastním provozním řádem. V rámci služeb Veřejného internetu máme k dispozici 3 počítače, poté tisk, skenování i odbornou pomoc při základním užívání.

Jaké knihy si nejvíce půjčuje mládež?

Především jde o povinnou četbu u středoškoláků, odbornou literaturu dle oboru studia u vysokoškoláků. Jako oddechovou literaturu volí bez závislosti na pohlaví fantasy literaturu. Ženy/dívky romány pro ženy a dívčí romány. Věková kategorie 15–30 let je však natolik široká a rozmanitá, jak věkově, zájmově, vzdělanostně aj., že nelze přesně specifikovat, jaký typ literatury u ní převažuje.

Využívá mládež více výpůjční služby nebo veřejný internet?

Mládež využívá více výpůjční služby.

Dokážete říci, jak se v posledních letech změnilo využívání veřejného internetu u vás v knihovně?

V posledních letech se zájem o využívání internetu snížil. Souvisí to s rozšířením bezdrátového připojení WiFi nejen na veřejných prostranstvích, ale i obecně s připojením k internetu v domácnostech.

Knihovna 8

Kolik osob je zaregistrovaných u vás v knihovně?

U nás v knihovně máme 401 čtenářů, z toho 180 jich je do 15 let.

Jak velikou část tvoří osoby od 15 do 30 let?

Tohoto věku je zde 61 čtenářů.

Poskytuje v knihovně veřejný internet? Za jakých podmínek?

Veřejný internet poskytujeme zdarma.

Jaké knihy si nejvíce půjčuje mládež?

Mládež se nejvíce půjčuje fantasy, horory, detektivní příběhy a knihy o zvířatech.

Využívá mládež více výpůjční služby nebo veřejný internet?

Využívají oboje, ale více výpůjční služby.

Dokážete říci, jak se v posledních letech změnilo využívání veřejného internetu u vás v knihovně?

Zájem o veřejný internet klesá, nejspíše z důvodu rozšíření internetu. Dříve bylo nemyslitelné, že by byl dostupný v takové míře, jako je dnes.

Knihovna 9

Kolik osob je zaregistrovaných u vás v knihovně?

V naší knihovně je zaregistrováno18 386 osob.

Jak velikou část tvoří osoby od 15 do 30 let?

U nás v knihovně nerozlišujeme a já osobně nevím, kolik osob v tomto věku k nám chodí. Jsme velká knihovna a střídáme se u výpůjční služby. Rozlišujeme pouze osoby do 15 let a těch je 3 466.

Poskytuje v knihovně veřejný internet? Za jakých podmínek?

Veřejný internet je ve všech částech knihovny zdarma, přístup není nijak omezen. Jen je třeba dodržovat knihovní řád.

Jaké knihy si nejvíce půjčuje mládež?

Studijní materiály a potom sci-fi, bestsellery, knihy, které byly zfilmovány (Hunger Games, Stmívání apod.)

Využívá mládež více výpůjční služby nebo veřejný internet?

V dnešní době určitě výpůjční služby.

Dokážete říci, jak se v posledních letech změnilo využívání veřejného internetu u vás v knihovně?

Vzhledem k současnému rozšíření internetu a možnostem připojení přes telefony je veřejný internet v knihovně méně využívaný než dřív. Zajímavý je především pro lidi, kteří k němu nemají běžně přístup, pro sociálně slabší skupiny nebo pro studenty a badatele využívající je jako další zdroj k informacím, které má knihovna k dispozici.

Knihovna 10

Kolik osob je zaregistrovaných u vás v knihovně?

My jsme malá vesnice, v knihovně mám pouze 38 čtenářů.

Jak velikou část tvoří osoby od 15 do 30 let?

Asi 3, nejpočetnější skupinu u nás tvoří senioři.

Poskytuje v knihovně veřejný internet? Za jakých podmínek?

No, počítač sice v knihovně máme, ale internet na něm bohužel spustit nejde. Už jednám se starostou, chtěla bych novější počítač i s internetem. Ale stejně poptávka po internetu není, nejvíce sem chodí senioři a ti ho nevyhledávají.

Jaké knihy si nejvíce půjčuje mládež?

Nejvíce povinnou četbu do školy. Také jsem půjčila pár fantazy knížek a románků pro holky. Pravidelně knihy obměňuji s ostatními knihovnami, takže mají na výběr.

Využívá mládež více výpůjční služby nebo veřejný internet?

Výpůjční služby.

Dokážete říci, jak se v posledních letech změnilo využívání veřejného internetu u vás v knihovně?

V knihovně jsem dva roky a zatím se po veřejném internetu ani nikdo neptal. Takže i když ho neposkytujeme, tak nevadí, ani poptávka není. Je to podle mě dáno tím, kdo k nám chodí a tím, že internet je dnes dostupný. Mládež ho má v kapse v telefonu a nepotřebuje chodit do knihovny.

Abstrakt

KUBOUŠKOVÁ, P. *Elektronická versus tištěná média ve volném čase mládeže.* České Budějovice 2016. Diplomová práce. Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích. Teologická fakulta. Katedra etiky, psychologie a charitativní práce. Vedoucí práce Dr. Ing. Alois Křišťan, Th. D.

Klíčová slova

Tištěná média, elektronická média, volný čas, mládež

Diplomová práce se zabývá vztahem mládeže k různým druhům médií v jejich volném čase. Nejprve popisuje média, jejich funkce, možný vliv na osobnost jedince, mediální gramotnost. Zabývá se členěním médií, více se zabývá médii masovými, elektronickými i tištěnými. Dále charakterizuje volný čas a období mládeže ve věku 15- 30 let. Studium literatury pak vedlo k otázkám pro kvalitativní výzkum, rozhovory byly vedeny s mládeží a pracovníky knihoven. Vybraná mládež ve svém volném čase více využívá elektronická média, často s tímto ale nejsou spokojeni, raději by se více věnovali knihám.

Abstract

Print vs. electronic media in free time of youth

Key words

Print media, electronic media, free time, youth

My diploma thesis deals with the relation of youth to various kinds of media in their free time. First it describes media, their function, possible impact on personality, media literacy. It deals with division of media, more concerned with the mass media, electronic and print. It also characterizes free time and the period of youth aged 15 – 30 years. The study of literature led to questions for quantitative research, young people and library staff were interviewed. Selected youth use electronic media more in their free time, but often they are not satisfied with it, they would prefer to read more books.