

Univerzita Palackého v Olomouci

Pedagogická fakulta

Katedra antropologie a zdravotní vědy



Diplomová práce

Bc. Lenka Vašáková

**Vliv masové komunikace na volnočasové
aktivity u žáků středních škol**

Olomouc 2019

Vedoucí práce: doc. Mgr. Štefan Chudý, Ph.D.

Prohlášení:

Prohlašuji, že jsem diplomovou práci na téma: „*Vliv masové komunikace na volnočasové aktivity u žáků středních škol*“ vypracovala sama s využitím uvedených zdrojů a literatury.

Prohlašuji, že odevzdaná verze diplomové práce a verze elektronická nahraná do IS/STAG jsou totožné.

V Olomouci dne:

.....

Bc. Lenka Vašáková

Poděkování autora:

Děkuji doc. Mgr. Štefanu Chudému, Ph.D. za odborné vedení a cenné rady při zpracování mé diplomové práce. Dále bych chtěla poděkovat všem respondentům, kteří byli ochotni se zúčastnit dotazníkového šetření.

Děkuji také své rodině za trpělivost, podporu a pomoc při studiu.

OBSAH

ÚVOD	5
I. TEORETICKÁ ČÁST	7
1 ADOLESCENCE JAKO VÝVOJOVÉ OBDOBÍ	7
1.1 FYZICKÝ VÝVOJ.....	8
1.2 KOGNITIVNÍ VÝVOJ	8
1.3 SOCIÁLNÍ VÝVOJ	8
2 MASOVÁ MÉDIA	10
2.1 VYMEZENÍ POJMU MASOVÁ MEDIA	10
2.2 ROZDĚLENÍ MASOVÝCH MÉDIÍ.....	11
2.3 ROLE MASOVÝCH MÉDIÍ V SOUČASNÉ SPOLEČNOSTI	12
2.4 RIZIKA PŮSOBNÍ MASOVÝCH MÉDIÍ	15
2.5 MEDIÁLNÍ VÝCHOVA	18
3 VOLNÝ ČAS	20
3.1 FUNKCE A ROLE VOLNÉHO ČASU	21
3.2 SMYSLUPLNÉ TRÁVENÍ VOLNÉHO ČASU.....	22
3.3 TYPY TRÁVENÍ VOLNÉHO ČASU SOUČASNÝCH ADOLESCENTŮ	23
3.4 MÉDIA JAKO JEDEN ZE ZPŮSOBŮ TRÁVENÍ VOLNÉHO ČASU	28
II. PRAKTICKÁ ČÁST	34
4 VÝZKUM VLIVU MASOVÉ KOMUNIKACE NA VOLNÝ ČAS ŽÁKŮ STŘEDNÍCH ŠKOL	34
4.1 PŘEDSTAVENÍ VYBRANÝCH STŘEDNÍCH ŠKOL	34
4.2 CÍL VÝZKUMU A VÝZKUMNÉ PŘEDPOKLADY	34
4.3 POUŽITÁ METODA VÝZKUMU.....	35
4.4 ORGANIZACE A RESPONDENTI VÝZKUMU	35
4.5 INTERPRETACE VÝSLEDKŮ VÝZKUMU A JEHO VYHODNOCENÍ	38
5 DISKUZE	65
ZÁVĚR	68
6 BIBLIOGRAFICKÉ CITACE	70
SEZNAM TABULEK	73
SEZNAM GRAFŮ	74
SEZNAM PŘÍLOH	75
ANOTACE	81

ÚVOD

„Nová média nejsou mosty mezi člověkem a přírodou - je to příroda

Nová média nejsou způsoby, jak nás spojit se starým světem;
jsou skutečným světem a přetvářejí to, co zbylo ze starého světa.“

Herbert Marshall McLuhan

Volný čas představuje v každém období lidského života dobu, během které lidé regenerují své síly. Jednou to může být doba odpočinku po příchodu ze školy, později v životě jde pak o dobu odpočinku po příchodu z práce, nebo třeba i o čas relaxace po náročných domácích pracích apod. To, jak lidé tráví svůj volný čas je jen na nich a trávení volného času je čistě individuální záležitost. Pro někoho může být ideálním způsobem, jak trávit dobu odpočinku, sezení u televize, pro jiného aktivní sportování, jiní lidé upřednostňují návštěvu kina či divadla a jiní se zase budou věnovat pletení nebo háčkování.

Podoby volného času se v průběhu života, ale i v průběhu doby mění. Není to tak dávno, kdy velká část mládeže trávila svůj volný čas např. v Junáku nebo Skautu. V současné době se hovoří o tom, že většinu volného času lidé tráví spíše pasivně, ať už u televize nebo internetu. Je zjevné, že jde o reakci na momentální vývoj. Internet je poměrně novou záležitostí, ovšem získal si během své existence nemalé procento „fanoušků“, kteří jej využívají nejen ve svém volném čase, ale dost často je součástí i jejich studijního nebo pracovního života.

Mladí lidé tráví ve škole zhruba kolem 6 hodin denně, také lze předpokládat, že nějakou část dne věnují studiu, eventuálně domácím pracím nebo dalším povinnostem. Pokud věnují 8 hodin spánku, pak zbývající čas, lze považovat za volný. Trávení volného času středoškoláky rovněž může být variabilní, ačkoliv určité trendy lze v současnosti vysledovat. Není pochyb o tom, že již zmiňovaný internet zde bude hrát nemalou roli, a to především díky širší možnosti, které svým uživatelům poskytuje. Mohou na něm vyhledávat informace, hrát hry, sledovat filmy, povídat si s přáteli nebo se seznamovat s cizími lidmi a mnoho dalšího. Internet, ale i televizi lze považovat za prostředky masové komunikace, které s určitou nadsázkou ovládají celý svět.

Tato práce pojednává o tom, jak masová komunikace ovlivňuje trávení volného času mládeží. Vychází z předpokladu, že mladí lidé jednak tráví s médii obrovskou spoustu času, díky čemuž lze vysledovat vliv těchto médií, respektive mediálních obsahů na to, jak tráví svůj volný čas. Nejde jen o to, že mladí tzv. „sedí“ na internetu, ale také o to, že to, co na internetu nebo v televizi vidí, má značný vliv na to, jak se poté chovají či jednají. Cílem předkládané práce je identifikovat míru vlivu masových médií na to, jak mladí lidé tráví svůj volný čas s tím, že hlavní role je zde přikládána internetu a televizi, jakožto nejužívanějším masovým médiím v současnosti.

Pro naplnění cíle práce je text rozdělen na dvě části. V první teoretické části se nachází tři hlavní kapitoly. První kapitola se věnuje charakteristice adolescence jako vývojového období, neboť na adolescenty bude následně zaměřen výzkum v rámci praktické části. Je sledován jejich kognitivní, sociální a fyzický vývoj. Další kapitola představuje pojem a charakteristiku masových médií. Pozornost se zaměřuje jak na jejich rozdělení, tak i jejich význam v současné společnosti, včetně rizik, které mohou představovat. Poslední kapitola teoretické části se pak zaměřuje na volný čas, jeho vymezení, rozdělení, význam v životě mladých lidí a na média jako jeden ze způsobů trávení volného času. Dále následuje část praktická, jejíž součástí je výzkum realizovaný prostřednictvím dotazníkového šetření u středoškoláků ze Zlína. Ti byli dotazováni na způsoby trávení volného času a rovněž je sledován význam médií na to, jakým způsobem středoškoláci svůj volný čas tráví. Výstupem je vyhodnocení výzkumu a následná diskuze.

I. TEORETICKÁ ČÁST

1 ADOLESCENCE JAKO VÝVOJOVÉ OBDOBÍ

Na začátku této kapitoly je třeba si definovat pojem adolescence a především jej časově vymezit. K tomu může posloužit např. vymezení autorů Ptáčka a Kuželové (2013, s. 48), kteří definují adolescenci jako „...vývojové období mezi pubertou a dospělostí, přibližně mezi 15. a 20. rokem života člověka. Začátek období je charakteristický pohlavní zralostí a ukončením základní školy, na konci tohoto období pak ekonomickou nezávislostí a nástupem do práce (nebo na vysokou školu). Adolescence je jakési přechodné období, které člověku slouží k urovnání vlastních hodnot, postojů a cílů, aby následně dokázal dobře nakládat se dvěma základními atributy dospělosti – se svobodou a odpovědností.“

Zajímavě nahlíží na adolescenci Vágnerová (2012, s. 367), která o tomto období hovoří jako o dospívání, které ale podle ní lze vymezit jako dekádu života trvající od 10 do 20 let. Během ní dochází ke komplexní přeměně osobnosti. Většina změn je v tomto období podmíněna biologicky, ovšem vždy se podstatně podílí psychické i sociální faktory, které jsou ve vzájemné interakci. Jedná o období přehodnocování, hledání, kdy má mladý člověk zvládnout vlastní přeměnu, dosáhnout akceptovatelného sociálního postavení a zformovat si subjektivně uspokojivou, zralejší formu osobní identity.

Nielsen-Sobotková a kol. (2014, s. 19) nahlíží do historie používání pojmu adolescence. Poprvé byl podle nich pojem adolescence použit v 15. století. Svůj původ měl v latinském slově *adolescere*, které lze přeložit jako „vyrůst“ či „dospět“. Historický pohled na období adolescence reflektuje celkový pohled na člověka. O adolescenci jako samostatném vývojovém období je možné hledat zmínky mezi antickými filozofy ve starém Řecku. Ve středověku nahlížení na člověka ovšem přechod mezi dětstvím a dospělostí neexistuje (dítě se stává prostě dospělým, ať už nároky na ošacení nebo komplexně svým životním stylem. Vstup do dospělosti vycházel dosažením pohlavní zralosti, bez možnosti výběru profese, partnera nebo vyznání. Jedinec při určitém „iniciačním“ obřadu převzal dopředu dané role, na které si zvykal za pochodu bez předešlé přípravy. Až doba renesance (14. až 17. století) a osvícenství (18. století) přineslo současně s celkovým novým pohledem na život také nové nahlížení na adolescenci. Vágnerová (2012, s. 367) doplňuje, že v současné době není možné dospělosti dosáhnout ve všech

oblastech stejně rychle. Úloha dospělého je aktuálně o dost náročnější a navíc neposkytuje tak velkou prestiž a ani zřetelnou identitu.

1.1 Fyzický vývoj

Adolescence je typická mohutněním, především u chlapců. Tělo je významnou součástí identity adolescenta. Zevnějšek se stává cílem i prostředkem dosažení žádoucí sociální pozice. Projevují se zde sklony k uniformitě. Fyzická zdatnost může suplovat kompetence, které chybí zatím v duševní oblasti (Ptáček a Kuželová, 2013, s. 48).

1.2 Kognitivní vývoj

Z hlediska kognitivního vývoje prochází adolescent poslední fází vývoje myšlení. Jde o stádium formálních operací, do kterého přichází zhruba v jedenáctém až dvanáctém roce. V tomto vývojovém období se hovoří o tzv. hypoteticko-deduktivním myšlení. Adolescenti už přemýšlejí nezávisle na přítomnosti, formují si a testují hypotézy. Objevuje se tzv. propoziční myšlení (proposition = výrok) – jedná se už o schopnost testovat logiku výroků. V tomto období představuje neodmyslitelnou součást jazyk. Pro vyjadřování adolescenta se v abstraktních termínech a chápání abstraktních pojmů je nezbytný. V myšlení adolescentů je charakteristický egocentrismus. Adolescent si formuje tzv. imaginární obecnost – domnívá se, že je středem pozornosti a všichni ho sledují. Myšlení bývá dosti flexibilní a výkonné. Adolescent dosud nemá příliš mnoho zkušeností, což paradoxně bývá v určitých případech prospěšné – může přijít na nějaké osobité řešení (Ptáček a Kuželová, 2013, s. 48).

1.3 Sociální vývoj

V adolescenci se mění vztah mezi dospívajícím a jeho rodiči. Mění se styl komunikace v rodině. Rodiče obvykle definitivně pozbývají svoji nadřazenou roli. Dospívající, který si už bývá jistější sám sebou, pozvolna ztrácí potřebu demonstrativně se vymezovat vůči rodičům a jeho vztah vůči nim se upokojuje. V ideálním případě se podaří dosáhnout nové podoby pozitivního a obohacujícího vztahu rodičů a jejich dospělého dítěte (Ptáček a Kuželová, 2013, s. 48).

Důležitou úlohu v této vývojové etapě hrají vrstevníci adolescenci. Ten v čase, kdy dochází k uvolnění z vazeb na rodinu, ale zároveň dosud není schopen fungovat naprosto samostatně, potřebuje oporu od osob, kteří jsou na tom podobně, se kterými rovněž sdílí vlastní prožitky a získává sociální dovednosti. Vrstevnická skupina se nějakým způsobem potřebuje odlišovat od ostatních. K tomu dochází prostřednictvím různých rituálů, úpravy vizáže, upřednostňování jistého druhu hudby apod. Tak dochází k naplnění touhy adolescenta po originalitě a vymezení. Celý vývoj od dětství k dospělosti je typický permanentním osamostatňováním. Uvedený proces se týká i vrstevnické adolescentní skupiny, od níž se zralý jedinec pozvolna odpoutává (Ptáček a Kuželová, 2013, s. 48).

Vágnerová (2012, s. 367) ještě doplňuje informace k důležitosti úpravy zevnějšku jakožto způsobu vyjádření identity. Tělesná atraktivita má totiž nebývalou sociální hodnotu. Konvenčně atraktivní adolescent získává vyšší sociální status, bývá lépe přijímán dospělými i svými vrstevníky. Pokud se dospívající za atraktivního nepokládá, může to mít vliv na jeho další směřování a uspořádání hodnot. Vědomí menší fyzické přitažlivosti podněcuje snahu o její kompenzaci, bývá impulzem k hledání odlišného způsobu seberealizace. Menší atraktivita se tak může stát podnětem dalšího rozvoje. Otázka atraktivity je často ovlivňována právě masovými médii.

Adolescenti si začínají plně uvědomovat vlastní sexualitu. Sexuální touha se stává potřebou psychosociální – nejde tak už jen o fyzickou a prestižní záležitost. Partnerské vztahy (jedno jestli hetero nebo homosexuální) bývají typické značnou zamilovaností a partner bývá svým protějškem idealizován. První sexuální styk představuje významný milník života adolescenta, neboť subjektivně posiluje společenskou prestiž, jde o další důkaz dospělosti. Někdo v etapě adolescence uzavírá manželství, které také bývá jedním z faktorů samostatnosti a dospělosti. Na druhou stranu manželství ani rodičovství není pro adolescenty ještě úplně vhodné z hlediska jejich zralosti. K dřívějšímu uzavírání manželství může docházet (mimo otěhotnění partnerky) ve snaze osvobodit se od rodiny, což ale prezentuje jen únik do jiné formy závislosti, je i projevem snahy o recesi či výsledek momentálního, nepromyšleného rozhodnutí (Ptáček a Kuželová, 2013, s. 48).

2 MASOVÁ MÉDIA

Nejprve je na tomto místě podstatně si vymezit vůbec základní pojem pro tuto práci, a to je médium nebo média. K vymezení těchto pojmů se vyjadřuje hned několik autorů. Například Jirák a Köpplová (2003, s. 16) uvádí, že pojem médium má svůj původ v latině, kde se vysvětluje jako prostředek nebo prostředník něčeho nebo zprostředkující činitel. Médium je tak něco, co zprostředkovává, zabezpečuje něco. Šíří významu slova médium prezentuje fakt, že je používán v mnoha oborech, od biologie, přes informatiku, chemii až po sociální komunikaci aj. Při snaze představit si médium výlučně ve vztahu k mezilidské komunikaci, pak lze médium definovat jako to, co „...zprostředkovává někomu nějaké sdělení“. V té chvíli jde o médium komunikační. I v rámci komunikačních médií však médium může nabývat podoby technologie, které tvorbu, přenos, šíření a příjem sdělení zabezpečuje, ale může jít také o zprostředkování osob pracujících v médiích, vytvářejících mediální obsah.

McLuhan a kol.(2011, s. 24-32) konkrétně média vymezuje skrze jejich vyjmenování a za média považuje sdělovací prostředky od rozhlasu, televize a novin, přes obyčejné písmo, knihtisk ale také hmotné vynálezy jako je kolo, zbraně, automobily aj. Na podkladě uvedeného pak na médium nahlíží jako na existující technologii, která lidské tělo a smysly rozšiřuje, od oblečení k počítači (kolo – je rozšířením nohy, oblečení pak rozšířením pokožky apod.).

2.1 Vymezení pojmu masová media

Výše bylo definováno médium, zde je třeba si vymezit termín masové médium. Za masové médium se považuje takové, které je dostupné neuzavřené skupině uživatelů (jinak řečeno „široké veřejnosti“, eventuálně „mase“). Vznik masových médií se odehrával za zvláštních historických podmínek (během modernizace, resp. v průběhu průmyslové revoluce). Konkrétně se mezi masová média zařazují média tištěná (z historického pohledu zde patřily i některé zobrazovací techniky, např. mědiryty, dřevoryty, litografie ad. nebo později fotografie), s vývojem techniky to poté začal být film, včetně rozhlasového a televizního vysílání. V současné době není možné opomenout rovněž veřejně dostupná sdělení prostřednictvím internetu (Bednařík a kol., 2011, s. 16).

Dubský a kol. (2011, s. 48) uvádí, že „...masovými médii se rozumí komunikační prostředky a instituce, které dokážou velkokapacitně vyrábět sdělení veřejného charakteru a distribuovat je směrem k rozptýlenému, rozmanitému a individuálně neurčenému publiku.“ Masová média se někdy také nazývají masmédia a českým ekvivalentem tohoto pojmu jsou termíny hromadné sdělovací prostředky, prostředky masové komunikace nebo prostředky masové informace.

Jiráková a Köpplová (2003, s. 18) uvádí, že se jedná o historicky a společensky podmíněné formy sociální komunikace, jejichž (minimálním) společným a typickým rysem je to, že:

- Na základě technických, organizačních, distribučních možností jsou (potenciálně) dostupné neomezenému počtu adresátů/uživatelů a (reálně) využívané jejich značným množstvím.
- Poskytují uvedeným uživatelům obsahy, které pro ně z různých příčin mohou být (pro poučení, přehled o tom, co se děje ve světě, návody k nějaké činnosti či jako zdroj zábavy) použitelné.
- Zmíněné obsahy jsou poskytovány průběžně (kontinuálně) či pravidelně a na zájmu a potřebách uživatelů často závisí samotná existence uvedených podob komunikace (ať už kvůli ekonomickým, kulturním, sociálním či politickým důvodům).

2.2 Rozdělení masových médií

Jak již bylo naznačeno, k masovým médiím se řadí především (Bednařík a kol., 2011, s. 11-19):

- **Tisk** – v rámci tisku se myslí hlavně periodika, což jsou obvykle pravidelně vydávané noviny (od deníků, týdeníků, měsíčníků či čtvrtletníků aj.) a časopisy určené komplexně všem, ne tolik často v současnosti tiskoviny neperiodické (vycházející jen občas či příležitostně), eventuálně periodický tisk určený pro specifickou skupinu čtenářů (např. časopis pro kutily, pro sportovce aj.).
- **Film a kino** – také film může fungovat jako masové médium, kdy příkladem může být natáčení dobrodružných událostí, westernů a grotesek v časech němého filmu, které uměly do kin přivést značné množství návštěvníků (daří se ale i v současnosti). V dřívějších dobách však role filmu byla i negativní, když prezentoval součást politických agitací, ať už jako způsob propagandy (typické

v Německu za dob Hitlera), případně v úloze liberalizace a demokratizace situace v zemi apod.

- **Vysílací média** – myslí se jimi rozhlas a televize. Jejich úloha byla v prvopočátku zprostředkující již fungujících forem – koncertů, divadelních her, později se v nich začaly projevovat žurnalistické prvky a začaly vznikat se svým obsahem. Jejich role je obdobná jako u tzv. hybridních médií – zastávají některé úlohy tisku.
- **Internet** – prezentuje samostatné, technologické prostředí. Internet nabízí nepřeborné množství využití mnohými produkty. Z nich pouze některé (zpravodajské servery, blogy, YouTube, případně také sociální sítě jako Facebook či Instagram aj.) fungují jako masová média. Jiné zase (email, Skype, ICQ, chaty apod.) patří zase spíše do komunikace soukromé a interpersonální. V jistých případech se považují dokonce jako opat masových médií pro jejich interaktivní povahu a vyšší rovinu individualizace nabídky. Povaha webových sítí umožňuje kontinuální a rozměrnější formování nároků od uživatelů než „běžná“ masová média (uživatel může obsah přetvořit volbou titulu, divák či posluchač volbou programu a času sledování). Na internetu je jednodušší dát najevo vlastní myšlenku či názor, a to účastí na diskuzích či komentováním různých obsahů (dnes typicky na Facebooku, ale také dopisem do redakce, eventuálně voláním do vysílání).

McQuail (2009, s. 39) hovoří ještě o hudbě jako o masovém médiu, zároveň však upozorňuje, že teorie i výzkum zrovna hudbě jako masovému médiu nikdy nevěnovaly příliš velkou pozornost. Důvodem je pravděpodobně to, že důsledky, které byly nahrávané hudbě pro společnost přisuzovány, nebyly nikdy příliš zřejmé.

2.3 Role masových médií v současné společnosti

Jak uvádí McLuhan a kol.(2011, s. 24-32) všechna média sama o sobě a bez ohledu na zprávu, kterou nesou, mají jak na jednotlivce, tak i na celou současnou společnost značný vliv. McQuail (2009, s. 88) upřesňuje, že média zprostředkovávají kontakt se společenskou realitou. Zprostředkovávání současně zahrnuje různé procesy. Jedná se o spoléhání se na verze různých událostí a okolností, u kterých člověk nemůže být přímo či je osobně vidět, když se tyto informace k němu dostávají zprostředkovaně od někoho jiného. Toto zprostředkovávání však předpokládá jistou úroveň vztahu. Vztahy vytvářené masovými médii ovšem bývají spíše odtažitější, ne tolik osobní a slabší než přímé osobní

vztahy. Masová média veškerý tok informací, kterému jsou lidé vystaveni a který prostupuje všemi společenskými vztahy, sice neovládají, ovšem jejich přítomnost je zajisté zřejmá.

I Bednář (2011, s. 15–16) uvádí, že hlavní význam masových médií tkví v informování. Takové informace se vytřídí do konkrétních celků v určitých žánrech a prezentují se vybraným způsobem. Při vzniku a rozšiřování masových médií byly známy jen dva důvody pro jejich existenci, a to potřeba informovat o tom, co se kde děje a za druhé vzdělávat, bavit, aktivizovat osvětou. Dnes však přibývají i jiné významy.

Dubský a kol. (2011, s. 50) doplňuje, že význam médií je různý. Některá více informují, jiná více vzdělávají, další slouží spíše k relaxaci a zábavě, některá dění ve společnosti výlučně „monitorují“, další zase události komentují a zahrávají si s kategoriemi, jako např. osobní motivace účastníků, smysl a dlouhodobý význam události pro společnost apod. Je to přirozené a bylo by bláhové si myslet, že každý typ média bude naplňovat veškeré funkce, které mohou mít. Potíž ale nastává v případě, kdy se i „seriózní média“ stanou médii pro zábavu a nepoučený divák to nečeká a dochází tak k diskreditaci a zneužívání známých značek. V současné době se to stává některým pořadům z kategorie „zpravodajství“, které pak působí spíše jako reality show (např. kvůli účelovému výběru reportáží, používaném jazyku, zahráváním si s emocemi diváků apod.).

Média se uplatňují ve společnostech, v nichž je moc nerovnoměrně rozdělena mezi jednotlivce, skupiny či třídy, současně s tím, že média mají zřejmou spojitost s vládnoucí politickou a ekonomickou silou. Hlavně je jasné, že média disponují svou ekonomickou cenou a hodnotou, jsou centrem boje o ovládnutí a zpřístupnění a jsou prostředníkem politické, ekonomické a legislativní regulace. Také není možné přehlédnout to, že jsou dost často pokládána za efektivní nástroje moci s případnou schopností využívat nejrůznějšími způsoby vlastní vliv. Potenciál médií uplatňovat moc tkví v (McQuail, 2009, s. 92):

- lákají a usměřňují pozornost veřejnosti,
- přesvědčují ve věcech názorů a víry,
- mají vliv na chování,
- uspořádávají výklady skutečnosti,
- poskytují status a legitimitu,

- rychle a široce informují.

Pro většinu běžných lidí tkví význam médií v uvedené zprostředkování a dopřání získávat informace, rady, ale třeba i ve snižování osobní nejistoty. Média slouží také jako prostředek získání poučení o společnosti a světě, nabízí možnost získání náhledu do svého života. Masová média jsou základem jakéhokoliv sociálního kontaktu. Lidem mnohdy navíc přinášejí pocit spojení s jinými lidmi, mohou rovněž nabízet prostor pro únik od problémů včetně poskytnutí způsobu jak vyplnit svůj volný čas. Masová média prezentují navíc hybnou sílu vývoje, a to prostřednictvím rozšiřování technických vědomostí a technologických postupů, jako opora individuálních změn mobility jednotlivců. Masová média navíc pomáhají prosazovat nároky konzumentů, mohou ale dobře fungovat také jako hybná síla šíření gramotnosti, vzdělání aj. Ze společenského pohledu lze masovým médiím přisuzovat význam (Prokúpek, 2011):

- **Šíření informací** – o tom, co se děje, jaká je ve společnosti a ve světě obecně aktuálně situace, ztvárnění mocenských vztahů, a posílení inovací a pokroku, usnadňování adaptace.
- **Korelace** – objasňování a vysvětlování významů toho, co se děje, o čem se informuje, poskytování podpory vládnoucím autoritám a normám, socializace, harmonizace izolovaných aktivit, formování konsenzu, uspořádání priorit a signalizace relativního postavení.
- **Kontinuita** – přemísťování většinové kultury a objevování subkultur a moderních směrů v kulturním vývoji, prosazování a uchovávání všeobecné akceptovatelnosti hodnot.
- **Zábava** – média jako zdroj zábavy, potěšení, eliminace sociálního napětí.
- **Získávání** – agitace společenských cílů v rámci politiky, války, ekonomického vývoje.

McQuail (2009, s. 94) dále doplňuje, že média přenáší z města na venkov a z horních vrstev na spodní sdělení o tom, co je moderní a nové, pakliže se jedná o zboží, myšlenky, technologie či hodnoty. Mimo to ztvárňují alternativní hodnotové soustavy, a tím eventuálně zeslabují vztah k tradičním hodnotám. Masová komunikace má rovněž podle autora potenciál sjednocovat rozptýlené jedince v jedno velké publikum či nabídkou kolektivní skupiny hodnot, idejí a informací pomáhají integrovat nově přichozí do

městského společenství a utvářet jejich totožnost. Masová média dokážou společenskou soudružnost jak podporovat, tak i rozvracet.

Média také nastavují zrcadlo společenskému dění. Mělo by jít o zrcadlení objektivní a věrohodné, z praxe se však ukazuje, že tomu tak nemusí vždy být. Média také cenzurují veřejný život tím, že získané informace třídí, některé zdůrazňují, další zase upozadují. Další funkcí médií je tak jakýsi filtr. Média lidem také ukazují „správnou cestu“ a dávají smysl některým matoucím či necelistvým informacím. Pro diváky tak fungují jako jakýsi průvodci životem a vykladači reality. Jednou z dalších funkcí médií je, že lidem nabízí názory k diskusi – fungují jako diskusního fóra. Někdy umí média publikum rozdělit. Tím jak prezentují média některé zprávy či události určitým způsobem či velmi často, mohou u publika vzbuzovat určitý efekt znečitlivění, kdy jde o jakousi přirozenou obrannou reakci diváka proti pravidelným dávkám velmi silných emocí. Opomenout koneckonců nelze ani to, že média ve společnosti vytvářejí nové pracovní profese, které se účastní na šíření informací. Nejvíce viditelné jsou profese jako novinář, reklamní kreativec, herec, případně bavič aj. (Dubský a kol., 2011, s. 50-56).

2.4 Rizika působení masových médií

Jak uvádí McQuail (2009, s. 94), média byla velmi záhy po svém vzniku spojována s různými problémy ohledně zrychlené urbanizace, společenskou mobilitou a úpadkem tradičních hodnot. Do dnešní doby se dává role médiím při rozvracení společnosti a s předpovídaným vzrůstem nereálného chování lidí, zločinností či rušením pořádku. Proces masové komunikace je mnohdy pojímán jako fenomén vesměs individualistický, neosobní a anomický, který z toho důvodu zapříčiňuje **nižší úroveň společenské kontroly a sounáležitosti**.

Chadima (2014, s. 20–27) hovoří o rizicích ve vztahu k sociálním médiím, která mezi masová média patří. Uvádí zejména riziko **sdílení soukromí a soukromých informací**, které je značným problémem, zejména na sociálních sítích. Např. na Facebooku jsou jeho uživatelé vybízeni ke sdělení jména, bydliště, ale i data narození, čísla mobilního telefonu, náboženského vyznání aj. Každý uživatel má ale možnost údaje nesdílet. Navíc každá aktivita realizovaná v prostředí Facebooku je už navždy zpětně dohadatelná. Pro ostatní uživatelé je tak poměrně snadné si zjistit, s kým, kde a jak kdo trávil dovolenou před mnoha lety, kdo byl jeho partnerem nebo kdy je zrovna na zahraniční cestě, což dává

možnost i třeba zlodějům. Značným rizikem je také sdílení fotografií a videí, která jak na Facebooku, ale třeba i na Instagramu či YouTube šíří velmi rychle a když jsou jednou na tyto sociální sítě umístěny, už nikdy to nejde vzít zpátky a video smazat (šíří se sdílením dalších uživatelů). Ne výjimečně se tak stalo, že taková fotografie v nestřežené či intimní chvíli se stala na sociální síti nástrojem pomsty nebo vydírání. Sociální sítě neumožňují zabránit uživatelům, aby na svých profilech sdílení fotografie či videa ostatních.

Zmínit lze dále případné riziko **prokrastinace**, které může vznikat díky trávení nadměrného času ať už na sociálních sítích, tak s masovými médii obecně, a to nejen mezi studenty. Díky možnosti v okamžiku komunikovat nebo prohlížet fotky a informace o mnoha přátelích, celebritách aj., mají v sobě sociální sítě jako prostředek prokrastinace značný potenciál. Někdy až chorobné odsouvání problému na jindy a trávení většího času na sociálních sítích může mít tragické následky (vyhazov z práce, krach vztahu aj.). Výjimkou nejsou ani skupinky lidí, kteří by spolu měli komunikovat, ale oni vedle sebe tiše sedí a sledují, co je nového se na sociálních sítích, eventuálně aktualizují své vlastní informace (Chadima, 2014, s. 20–27).

Chadima (2014, s. 20–27) také hovoří o tzv. „**narcistní komunikaci**“, neboli komunikaci zaměřená jen sama na sebe. Zejména na sociálních sítích lze sledovat někdy až znaky narcistické poruchy projevující se jako touha po obdivu, potřeba nechat si ostatními potvrzovat vlastní pravdu, touha po ideálu, kterým je jisté společenské postavení a prestiž. Touha po obdivu lze zaznamenat zřetelnou potřebou uživatele o kladné hodnocení jím sdíleného příspěvku (nejčastěji fotografie, ale třeba i videa aj.). Rizikové to pak může být navíc v tom, když zejména mladí lidé zveřejňují odhalené či provokující fotky, které mohou být (i v budoucnu) použity proti nim. Dalším rizikem pak může být **budování virtuálního profilu** ve virtuální realitě až do takové míry, která převrší snahy jedince o rozvoj a utváření vlastní osobnosti. Lze se setkat i s případy, pro něž se budování jejich virtuálního profilu stalo jedinou prioritou a rozvine se u nich závislost. Může se to projevat buďto patologickou potřebou mít maximální množství přátel na Facebooku, eventuálně následovatelů na sociální síti Twitter aj. Někdy může jít i o větší snahou při utváření svého virtuálního profilu než prohlubování svých vlastní znalostí, dovedností či vztahů.

Jedním z negativních účinků, ve svém důsledku až dost vážných, může být i závislost na masových médiích. Ačkoliv se to týká v podstatě všech masových médií, aktuálně se o tom hovoří zejména v případě internetu (ale často může jít také o závislost na televizi

aj.). Lidé trávící nadměrný čas u internetu pak často vykazují zvýšené stresové napětí, deprese

a osamělost. Často ale negativní zdravotní důsledky související se závislostí na internetu spíš vznikají sedavým způsobem života (hovoří se o obezitě apod.) Hlubinková (2008, s. 202) uvádí, že neexistuje závislost na internetu jako definovaná diagnóza, přesto může závislost na internetu provázet různé psychické poruchy, například workoholismus, gamblerství.

Binka a kol. (2015, s. 12) však uvádí, že také existuje pohled na závislost na internetu (a jeho konkrétních aplikací) jako jen na hypotetický důsledek používání tohoto média. Vychází z toho, že dříve přece všechny vlny zájmu o určité mediální účinky byly ve svém důsledku vesměs liché, případně společnost se s novou situací vypořádala. Vtipně by tak v současnosti působila panika kolem velkého čtení komiksů, ke kterému docházelo v padesátých letech 20. století. Bylo by tak možné předpokládat, že po nějaké době odezní i vlna zájmu o negativní účinky internetu. Z jiného pohledu jsou naopak účinky evidentní – nová média totiž prezentují značný vliv na psychickou, fyzickou a sociální pohodu. Tomuto pohledu odpovídá jistá morální panika, kterou utvářejí nebo se pokouší využít klasické sdělovací prostředky. Projevuje se v tom i podmínka technologického determinismu, tudíž myšlenky, že existuje přímý a kauzální vztah mezi používáním média a návazným efektem.

Závislost na internetu prezentuje onemocnění podobně jako závislost na drogách (bývá s ní také nejčastěji srovnávána). Také dopady na psychiku a život závislého jedince bývají podobné: pozbytí smyslu pro realitu, anonymita internetu pouze zrychluje degradaci sociálních vazeb závislého jedince, projevuje se deficitem norem chování, rozpadem rodiny, izolovaností nebo depresi. Internet je sice levnější než droga, ovšem stojí minimálně čas (existují případy surfování po dobu až 40 hodin bez přestávky) a neodvratné zdravotní důsledky způsobují finálně až ztrátu zaměstnání a poté třeba i kriminální chování podobně jako u závislosti drogové. Obdoba s drogovou závislostí tkví také v tom, že uživatel internetu se subjektivně považuje za člena neurčitého internetového společenství – podobně náhražkového, jako jsou skupiny narkomanů. Lze zaznamenat pozitivní korelaci počítačových her na části mozku, které ovládají představitivost a motoriku jemných svalů, přičemž schopnost učení, dlouhodobá paměť a obecná kontrola chování jasně chátrají, tudíž hrozí agresivita a asociální chování (Musil, 2008, s. 40-41).

Používání a účinky média bývají v transakčním, vzájemném vztahu. Efekt tak není vyloženě přímým a kauzálním následkem používání. Do vztahu používání - účinek tedy vstupuje aktivní individuum, které se k používání média rozhodlo obvykle zrovna právě kvůli určitým očekávaným důsledkům. Kognitivní a behaviorální důsledky používání médií mají vliv na to, jak je médium používáno – jedná se tedy o jakousi spirálu propojení použití a následků. Jde o motivaci a uspokojování jistých potřeb, které lidi k používání jakéhokoliv média motivují. Co se týče internetu, tam může někoho směřovat k jeho užívání pocit osamělosti (hypotéza sociální kompenzace) či potřeba „vypnout“, uvolnit se, rozptýlit se, utéci od stresů, smutku a úzkostí běžných dnů (hypotéza řízení nálady). Některé další teoretické modely poskytují i jiné důvody používání médií, které se obvykle z větší části překrývají (Binka a kol., 2015, s. 12).

2.5 Mediální výchova

S nástupem síťových médií a ve vztahu k výše uvedeným rizikům médií opět vystoupila do popředí poptávka po mediální výchově jako způsobu ochrany před mocnými a intuitivně hůře uchopitelnými médii. Mediálně plně saturované (a tudíž komunikačně digitalizované) společnosti pravděpodobně potřebují příslušníky společnosti vybavit dovednostmi pro správu jejich vlastní životní agendy, včetně ochrany před riziky médií, včetně vědomostí a dovedností, které jim umožňují chápat vlastní postavení ve společnosti určené pořád více mírou nezávislosti, se kterou se zvládnou pohybovat v mediálním prostředí (Jiráková a kol., 2017, s. 4).

Mediální výchova se tak stala součástí rámcových vzdělávacích programů, a to jak pro základní, tak pro střední školy. Jak uvádí Machová, Kubátová a kol. (2016, s. 108) mediální výchova by žáky měla vybavit základní úrovní mediální gramotnosti. Ta zahrnuje jak osvojení jistých základních vědomostí o fungování a společenské úloze současných médií (o jejich historii, skladbě a fungování), tak získání dovedností podporujících sebevědomé, aktivní a nezávislé zapojení žáka do mediální komunikace. Zejména jde o schopnost analyzovat prezentovaná sdělení, vyhodnocovat jejich věrohodnost a posoudit jejich komunikační záměr, eventuálně je asociovat se sděleními odlišnými. Mediální výchova se orientuje na systematické vytváření kritického odstupu od mediovaných sdělení z pohledu jeho informativní kvality (zpravodajství z pohledu významu a věrohodnosti zprávy a události, reklamu z pohledu efektivity účelnosti poskytovaných informací).

Současné kurikulární dokumenty (RVP ZV a RVP G) umožňují uskutečňování mediální výchovy jako průřezového tématu, a to v podstatě v rámci těchto tří způsobů (Jirák a kol., 2017, s. 10):

- může mít podobu vyučovacího předmětu (povinného, povinně volitelného, volitelného) se svou časovou dotací v rozvrhu,
- může být uskutečňování prostřednictvím dlouhodobého nebo krátkodobého projektu, nebo
- může být začleněna do ostatních předmětů prostřednictvím dílčích činností (např. do učiva českého jazyka a literatury, dějepisu, občanského a společenskovedního základu ad.).

Současné kurikulární dokumenty nevyklučují ani možnost využití několika forem zároveň, tudíž je možné kombinovat například krátkodobý projekt a začlenění témat mediální výchovy do jiných předmětů (Jirák a kol., 2017, s. 10).

3 VOLNÝ ČAS

Na začátku této kapitoly je třeba opět věnovat místo definici základnímu pojmu této kapitoly, kterým je volný čas. I zde se lze setkat s vymezením od různých autorů s dílčími rozdíly. Hlavní znaky volného času například Pávková (2014, s. 11) definuje následovně:

- jde o dobu svobodné volby činností (jedinec dělá to, co chce, ne to, co musí),
- vybrané aktivity jsou pro jedince příjemné, přinášejí mu potěšení, radost,
- činnosti ve volném čase poskytují příležitost k rekreaci, odpočinku, obnově sil i k vlastnímu rozvoji.

Volným časem tak Pávková (2014, s. 11) chápe „...*dobu odpočinku, rekreace, zábavy. Důležitou součástí volného času jsou zájmové činnosti – koníčky, hobby. Patří sem i ztrátové časy v souvislosti s volným časem, např. doba strávená na cestě za zájmovou činností, čekání u pokladen apod.*“ Jedna z dalších definic (Promenyceskespolecnosti.cz, 2016, s. 14) prezentuje volný čas ty chvíle, o jejichž využití si lidé rozhodnou sami a které jim zbudou, když si splní všechny další povinnosti. Rozsah volného času se tak odvíjí od času stráveného zbylými činnostmi.

Janiš a Skopalová (2016, s. 13) však uvádí, že základním východiskem k vymezení volného času je nutnost si připustit jeho existenci. Volný čas nás provází skoro celý život. Zrovna zde se nachází prostor na bližší vysvětlení. Existenci volného času lze připustit primárně v případě, kdy si jej uvědomujeme. Zvládneme vědomě rozlišit a rozlišovat mezi časem volným a časy jinými (pracovním, „školním“ aj.). U člověka, který toto nezvládne, je možné z teoretického hlediska konstatovat, že u něj neexistuje volný čas. Takovými lidmi mohou být kupříkladu jedinci v kómatu, novorozenci, lidé s demencí aj. Je ale nezbytné zmínit, že strohá hranice mezi časem volným a časem „ostatním“ se nachází jen v teoretické rovině, což ale nezpochybňuje jeho existenci.

Pávková (2008, s. 11-12) doplňuje, že termín volný čas obvykle zahrnuje odpočinek, rekreaci, zábavu, zájmové aktivity, zájmové vzdělávání, dobrovolnou společensky prospěšnou činnost i časové ztráty související s těmito činnostmi. Z pohledu adolescentů se do volného času nepřičítají vyučování a činnosti s ním související, péče o sebe sama, základní péče o svůj vzhled a osobní věci, povinnosti vznikající s provozem rodiny, domácnosti, školou i další doplňkové vzdělávání nebo jiné časové ztráty. Do

volného času nepatří ani činnosti zahrnující biologickou existenci jedince (stravování, spánek, hygiena a zdravotní péče), na druhou stranu je možné, že některé z takových aktivit se pro někoho můžou stát i zálibou (např. vaření, pečení aj.).

3.1 Funkce a role volného času

Volný čas prezentuje podle Janiše a Skopalové (2016, s. 12) zajímavý fenomén v lidském životě, v němž dochází jak k transformaci jeho obsahové náplně ve spojitosti s vývojem jedince, ale mění se i jeho časová dotace, a zejména i jeho význam jako takový. Navíc podléhá politickým i módním vlivům.

Je možné se setkat s různými funkcemi volného času. Obecně je možné se setkat především s pouhými třemi základními funkcemi, jež může volný čas plnit: *zábava* (souvisí s uspokojováním osobním potřeb, zbavení se nudy), *odpočinek* (duševní i tělesný odpočinek, odstranění únavy, obnovení síly), *vlastní rozvoj osobnosti jedince* (zbavení se automatismu). Toto rozdělení funkcí volného času je možné ale považovat za poměrně triviální, neposkytující komplexní představu o všech možnostech, které prožívání volného času nabízí. Detailněji se tak lze setkat například s následujícím rozlišením funkcí volného času (Šerák, 2009, s. 29):

- rekreace (odpočinek, obnova sil, psychická relaxace, vzpruha),
- kompenzace (zábava, potěšení, vyrovnání nedostatků, cílené zřeknutí se pravidel a zvyklostí, bezstarostnost),
- vzdělávání (naplnění potřeby získávání vědomostí, další vzdělávání, touha po prožitcích, výměna rolí),
- meditování (potřeba klidu, meditace, čas pro sebe sama, autoreflexe),
- komunikace (požadavek příjmu zpráv, kontaktu, utváření společenských vztahů, společenství, empatie, láska),
- integrace (potřeba společenských vztahů, nalézání emocionální jistoty, pocit sounáležitosti, různé obřady, zvyky, kolektivní vědomí),
- enkulturace (potřeba kreativního rozvoje, nezávislé nabývání schopností, tvořivé uplatnění, fantazie, spontánnost),

- účast (potřeba účastnit se něčeho, vlastní iniciativa, stvrzení sebe samého, spolurozhodování, kooperace, spoluodpovědnost).

3.2 Smysluplné trávení volného času

Na tom, jak tráví děti a dospívající volný čas mohou mít vliv mnohé faktory. Navíc se tyto faktory s vývojem mladého jedince mění. Tím hlavním, kdo by se měl podílet na smysluplném trávení volného času, je rodina. Ta, včetně rodinného prostředí má značný podíl na utváření osobnosti dětí, včetně dalších členů rodin. Vliv rodiny má ve srovnání s vlivem školy a školských zařízení svá specifika. Od rodičů není možné očekávat profesionální přístup, obvykle nejsou pedagogové. Na druhou stranu ale mezi členy rodiny fungují silné emocionální vazby. Kvalita těchto vztahů má na výchovné působení rodiny velký význam. Rodina do jisté míry vytyčuje životní styl jejich členů. Od rodičů přebírají děti chápání volného času jako jisté hodnoty, učí se s ním hospodařit a naplňovat jej určitými aktivitami. Rodiče by tak měli být svým dětem za vzor pro napodobování. Je žádoucí, aby věnovali pozornost zájmům svých dětí, podporovali jejich zájmové činnosti. Rodiče by měli fungovat jako pozitivní vzory. Sami by s ním měli umět správně hospodařit, nepřeceňovat jej ani nepodceňovat (Pávková, 2014, s. 29).

Pávková (2014, s. 31-32) dále zmiňuje roli škol v utváření smysluplného trávení volného času. Školy, ačkoliv to není jejich primární náplň, by se měly také zaměřovat na výchovu v době mimo vyučování. Propojení výuky s dobou mimo vyučování se ukazuje jako užitečné a žádoucí. Zejména propojení vyučování a zájmových aktivit má dobré výsledky v obou oblastech. Většina škol poskytuje pravidelné a organizované zájmové aktivity prostřednictvím zájmových útvarů. K možnostem patří i různé příležitostné volnočasové aktivity na školách, jako jsou sportovní soutěže, vystoupení souborů, veřejná představení, výstavy výsledků práce žáků, veřejně prospěšné činnosti, odborné exkurze aj. Navíc i učitelé by měli být pro své žáky vzorem nejen v plnění povinností, nýbrž také ve využívání volného času.

Smysluplné trávení volného času ale poskytují i jiné organizace než školy, mohou to být různé zájmové kroužky, kluby či další organizace zajišťující volný čas (viz předchozí kapitola). Bocan a kol. (2012, s. 89) navíc uvádí, že v podstatě jakékoliv organizované trávení volného času je možné pokládat za smysluplné. Zejména pak to aktivní, neboť děti, které tráví svůj volný čas aktivně, se cítí být šťastnější než ty, které se

ve volném čase nudí či tráví čas jinak pasivně. Smysluplné trávení volného času navíc mnohdy umožňuje dětem nabývání nových dovedností a schopností, či zkušeností, čím (nevědomky) dochází k předcházení sklonům k rizikovému či společensky nevhodnému chování mládeže, ale také se navíc rozvíjí i sociální kapitál mladých jedinců (komplex vztahů a kontaktů mimo rodinu). Takto nabyté zkušenosti navíc mohou mladí dobře uplatnit i ve svém budoucím životě, eventuálně zaměstnání (např. týmová práce díky docházky do fotbalového klubu apod.).

3.3 Typy trávení volného času současných adolescentů

Zřejmě k základním typům trávení volného času patří jeho rozdělení na **aktivní a pasivní trávení volného času**. Už ze samotného popisu je zřejmé, že mezi aktivní trávení volného času lze zařadit takové činnosti, při nichž převažuje aktivita, teda především sport (volejbal, aerobic, běhání apod.), ale i procházky se psem apod. U pasivního trávení volného času pak převažuje pasivita jedince, určitě je zde možné zařadit zejména sledování televize, nebo obecně trávení volného času u médií (na internetu apod.). Aktivní trávení volného času je z pohledu rizikovosti pro mládež určitě lepší, než pasivní trávení volného času, naneštěstí však obvykle u mladých lidí převládá dnes trávení volného času pasivně. To sebou nese různá rizika (viz dále).

Trávení volného času lze rozlišovat i jako **organizované a neorganizované**. Neorganizované trávení volného času je takové, které neprobíhá v žádné organizaci, či jej neinicuje žádná instituce a mladí si jej volní dle vlastního uvážení, časových možností apod. Za neorganizované trávení volného času lze zajisté považovat například právě trávení volného času s médii (pokud nejde třeba o nějaký kroužek), nebo to mohou být i sportovní aktivity ve smyslu, že se mladí sejdou na hřišti a hrají fotbal, nebo jsou doma a čtou knihy, poslouchají hudbu, scházejí se s přáteli a kamarády apod.

Organizovaný volný čas je takový, který probíhá v rámci nějakých organizací, obvykle pravidelně a pod nějakým dozorem. Rozlišovat je při tom možné školská a mimoškolská zařízení pro volný čas. Pávková (2014, s. 35-40) zmiňuje zejména ta školská:

- **Školní družiny** – obvykle při základních školách, ale mohou být zřízeny i jako samostatná zařízení pro žáky více škol. Navštěvují je hlavně žáci prvních stupňů, tráví tam značnou část volného času po vyučování.

- **Školní klub** – jedno ze školských zařízení pro zájmové vzdělávání. Zřizuje se při školách. Docházka do klubu bývá obvykle dobrovolná. Činnost školního klubu se uskutečňuje buď jako pravidelná zájmová činnost v zájmových útvarech, nebo příležitostná zájmová či rekreační činnost, eventuálně otevřená nabídka spontánních aktivit, nebo podpora tzv. tvůrčích týmů, skupin iniciativních žáků se zjevným zájmovým zaměřením.
- **Středisko volného času** – zařízení pro zájmové vzdělávání, jehož fungování se řídí příslušnou vyhláškou. Slouží jak dětem, žákům, studentům i dospělým. Středisko může fungovat buď jako dům dětí a mládeže, který poskytuje různé druhy zájmových aktivit nebo jako stanice zájmových aktivit, která se zaměřuje na jednu zájmovou aféru (např. stanice přírodovědců, techniků, turistů).

Mimo školy a školská zařízení poskytují organizovaný volný čas i jiné subjekty. Podstatnou roli hrají nestátní neziskové organizace, obce se samostatnou působností a nízkoprahová zařízení pro děti a mládež. Nestátními neziskovými organizacemi se myslí občanská sdružení (Junák, Sokol aj.), obecně prospěšné společnosti (působí ve prospěch dalších lidí a jejich životního prostředí – Český červený kříž, Svaz dobrovolných hasičů aj.) a nadace. Zmínit lze i nízkoprahová zařízení pro děti a mládež, která představují sociální službu poskytující mimo jiného i smysluplné trávení volného času, zejména pak mládeži s osobními problémy, sociálně vyloučenou mládež aj. (Pávková, 2014, s. 41-48).

Podle Hofbauera (2004, s. 72) je vyhledávaným prostorem uskutečňování volného času také např. přírod, v níž, je jednorázových vyjížděk či vycházek, případně prostory kulturních akcí (koncerty, divadelní představení aj.). V poslední době se rovněž parky a hřiště formují jako prostory pro aktivní trávení volného času. Setkat se lze už skoro v každém městě i s různými možné trávit volný čas jak oddechovými, tak i poznávacími příležitostnými aktivitami nebo dlouhodobými pobyty. V prostorách osídlených a kultivovaných člověkem se nachází různá historicky nebo umělecky atraktivní místa, cíle moderními zařízeními volného času od skateparků, přes velká nákupní střediska s dětskými koutky, multikina, bowlingová centra a velkokapacitní rekreační a sportovní střediska ve stylu aquaparků a sportovních areálů apod.

Volný čas je možné podle Šeráka (2009, s. 28) rozlišovat na základě druhu činnosti na **odpočinkové aktivity** (bývají klidnější, pohybově i psychicky nenáročné), **rekreační** (k nim lze do určité míry zařazovat i pohybovou aktivitu) a **zájmové** (zacílené aktivity

orientované na uspokojení a rozvíjení individuálních potřeb, zájmů a schopností). Pro bližší obsahové definování lze typy aktivit ve volném čase rozdělit ještě takto:

- manuální aktivity (pěstování květin či zeleniny, kutilství, šití a pletení, modelářství apod.),
- fyzické aktivity (běh, turistika, fitness, aerobik aj.),
- kulturně umělecké receptivní aktivity (čtení knih, navštěvování divadel, kina, sledování televize, poslech rádia aj.),
- kulturně umělecké tvořivé a interpretační aktivity (zpívání, hraní na hudební nástroj, malování, fotografování),
- kulturně racionální aktivity (vzdělávání, četba, sledování zpráv aj.),
- společensky formální činnosti (členství v různých sdruženích, účast v politice, společenská angažovanost),
- společensky neformální aktivity (trávení volného času s rodiči, sourozenci, přáteli, návštěvy klubů),
- hraní her, sběratelství, divácké aktivity,
- pasivní relaxace.

Langmajer a Krejčířová (2006, s. 176) pak ještě uvádí, že podle jedné starší studie (z roku 1969) je možné aktivity ve volném čase rozlišovat podle různých dimenzí:

- někdo si volí aktivity ve volném čase z vlastní iniciativy, kdežto jiní se v tom podřizují vnějším okolnostem či společenskému tlaku;
- někteří ve volném čase upřednostní aktivity, v nichž mohou projevit vlastní tvořivost a nacházet něco nového, jiní upřednostňují stereotypní, stále se opakující činnosti;
- někteří lidé mají ze svých aktivit ve volném čase skutečné potěšení, zatímco ostatní ve volném čase jen „zabíjí čas“;
- pro někoho je ve volném čase důležité se nejen uplatnit, ale i pořád rozvíjet vlastní talent (volí si aktivity, ve kterých mohou své osobní předpoklady uplatnit více než ve své práci, čímž si někdy i kompenzují svou frustraci z práce, která je tolik nenaplňuje);

- někdo si volí aktivity spíše „instrumentální“ povahy, tedy slouží k dosažení nějakého cíle (pletení nebo jiné ruční práce), kdežto jiní upřednostňují aktivity „expresivní“, ve kterých mohou uplatnit své názory, pocity či přání (např. účast na představeních divadla);
- někdo upřednostňuje volnočasové aktivity s velkým výdejem fyzické aktivity, jiní tráví čas raději pasivně (u televize, počítače apod.);
- někteří lidé i ve své volném čase dělají nejraději to, co se nějak týká jejich povolání či studia (např. čtou odbornou literaturu z oboru aj.), jiní naopak potřebují ve volném čase co největší únik od reality (např. ve škole jsou mezi spoustou lidí, tak svůj volný čas raději tráví v přírodě a tichu);
- někdo rád tráví volný čas ve větší společnosti lidí, jiní jsou samotáři;
- někdo potřebuje být ve volném čase užitečný, pomáhat někomu, jiní preferují hlavně zábavu;
- někdo si volí aktivity ve volném čase takové, při nichž se mu dostane uznání ostatních, neboť se toho nedočká ve škole;
- aktivity ve volném čase mohou být pro někoho pouhou úlevou od napětí, stresů a starostí, které jej jinak provázejí;
- aktivita ve volném čase může být vybrána z důvodu, že posiluje zažitý životní styl a posiluje tak integraci osobnost.

Hájek a kol. (2011, s. 66) uvádí, že volný čas mládeže (podobně jako dětí), má svá specifika. Od volného času dospělých se obvykle liší následujícím:

- rozsahem,
- obsahem,
- mírou samostatnosti a závislosti,
- nutností pedagogického ovlivňování.

Mladí mají obvykle více volného času než dospělí. Lze se však setkat i s dětmi či dospívajícími, kteří volného času příliš nemají. Stejně tak je možné ale nalézt mladé, kteří volného času mají nadbytek a neumí jej smysluplně naplnit. Aktivity mladých bývají oproti dospělým pestřejší. Typy trávení volného času mládeže závisí navíc na míře jejich

psychické a fyzické vyspělosti, jejich samostatnosti, na rodinném prostředí a neméně pak na konkrétní nabídce volnočasových aktivit v místě jejich bydliště či studia. Mládež může svůj volný čas trávit v různých prostředích: v rodinách doma, ve škole, v zařízeních pro výchovu ve volném čase mimo vyučování, na veřejných prostranstvích aj. (Hájek a kol., 2011, s. 66).

I Pávková (2008, s. 83) uvádí, že volný čas mládeže má určitá specifika, která plynou jasně z faktu, že mladí patří do skupiny do 18 let věku, pro kterou je z pedagogického pohledu žádoucí, aby měl volný čas výchovné účely. Mladí jedinci nemají zatím tolik zkušeností, neumí se orientovat ve všech oblastech zájmových aktivit, je žádoucí, aby měli citlivé vedení. Na druhou stranu ale musí být takové vedení nenásilné. Adolescentům je třeba nabízet činnosti pestré a přitažlivé a jejich účast na nich by měla být dobrovolná. Míra možného ovlivňování volného času mládeže ale vždy závisí na věku, mentální a sociální vyspělosti jedince i na povaze jeho rodinné výchovy.

Co se týká aktivního trávení volného času mládeží, tam závisí velmi na iniciativě, informovanosti a možnostech rodičů mladých lidí, kteří jdou v dětském věku příkladem a motivují ke stejnému typu trávení volného času své děti. Důležitým faktorem vlivu je ekonomická situace rodiny. Čím lépe bývá rodina situována, tím více tráví mládež svůj volný čas s rodiči, sourozenci a prarodiči. Díky tomu pak mívají rodiče obecně lepší přehled o aktivitách svých dětí ve volném čase, více je podněcují a motivují. Děti z hůře situovaných rodin tráví svůj volný čas až dvakrát častěji samy než děti z rodin průměrně či lépe situovaných. Rovněž bylo např. dokázáno, že důležitá z pohledu trávení volného času mladými lidmi je velikost obce, v níž žijí. Děti žijící v obcích do 5 000 obyvatel tráví volný čas pasivněji nebo se více věnují neorganizovaným aktivitám než těm organizovaným, jako např. návštěvy přátel, sportovní činnosti venku (Vodáková, 2011, s. 24).

Z výzkumu Sociologického ústavu AV ČR 2016 „Jak Češi tráví volný čas?“ z roku 2015 (Promenyceskespolecnosti.cz, 2016, s. 3, 14) vyplynulo, že ve všední dny i o víkendech se volný čas Čechů soustředí do večerních hodin (mezi 19.00 a 22.00). V tomto čase se nějaké volnočasové aktivitě věnuje mezi 50 až 70 % české populace. V dopoledních hodinách ve všední den si volného času užívá ne více než 15 % jedinců. O víkendu je dopolední zapojení do volnočasových aktivit častější, kolem desáté hodiny se zvyšuje skoro k 25 %. Ženám ve všední den zbývá o 40 minut méně volného času než mužům. O víkendu se tento rozdíl zvyšuje na 1 hodinu 10 minut. V běžný den připadá na

průměrného Čecha 6 a půl hodiny volného času. Zatímco pracující mají na volnočasové aktivity 5 hodin denně, o víkendu mohou volný čas trávit 6 a tři čtvrtě hodiny. S věkem se množství volného času mění. Nejvíce volného času mají právě mladí lidé do 24 let – každý den je to více než 7 hodin.

3.4 Média jako jeden ze způsobů trávení volného času

Média se s nebyvalou razancí a rychlostí staly součástí denního života zvyšujícího se okruhu příslušníků společnosti. Prostupují tak rovněž volný čas na všech úrovních – od individuální po celospolečenskou, od místní po světovou – a veškerá taková prostředí pomáhají spojovat. Jejich působení má ale i odvrácenou stránku: jak přecenění diváckého, tak uživatelského přístupu na úkor vlastní aktivity a spoluúčasti, tak prezentaci násilí, pornografie či jiných negativních jevů (Hofbauer, 2004, s. 128-129).

Mladí lidé se s médii setkávají každý den, a to v rodinách, ale i ve škole a samozřejmě hlavně ve volném čase. Možnosti využití médií se nabízí už v mateřských školách. Prostřednictvím médií získávají mladí informace o světě dospělých i vrstevníků, uspokojují a rozšiřují své zájmy, hledají inspiraci pro nové způsoby odpočinku a zábavy, zažívají chvíle napětí, dobrodružství či radosti, pokud dosáhnou vytyčeného cíle, ale mohou se na mediální tvorbě i sami podílet. Tímto způsobem se zformovala nová, svébytná a důležitá oblast zájmové aktivity, jejíž rozvoj je možné očekávat i v budoucnosti. Zasahuje pořád častěji každého, přitom zejména mladí lidé na její nabídku reagují odlišně (individualizace vlivu médií) (Hofbauer, 2004, s. 129).

Co se týká trávení volného času mladými, tak z těch do 25 let například televizi sleduje v běžný den pouze každý třetí. Kolem jedné hodiny denně tráví mladí lidé také odpočinkem. Kolem půl hodiny denně si mladí čtou a poslouchají hudbu. Mezi mladými do 25 let zasedají každý den navíc dva lidé ze tří k internetu. Tráví tam minimálně půlhodinu denně. U mladých je tento čas nejčastěji vyplněn hraním her (v běžném dni hraje počítačové hry skoro čtvrtina z nich). K méně všedním aktivitám patří zejména návštěvy kulturních akcí a představení včetně kina. V pracovní dny tak tráví čas méně než desetina Čechů. Mezi mladými do 34 let je to ovšem pouze o trochu více než mezi seniory. Dobrovolnické a náboženské aktivitě se v běžný pracovní den věnuje pouze kolem 4 až 5 lidí ze sta. S věkem se mimo celkového objemu volného času rovněž přirozeně mění jeho

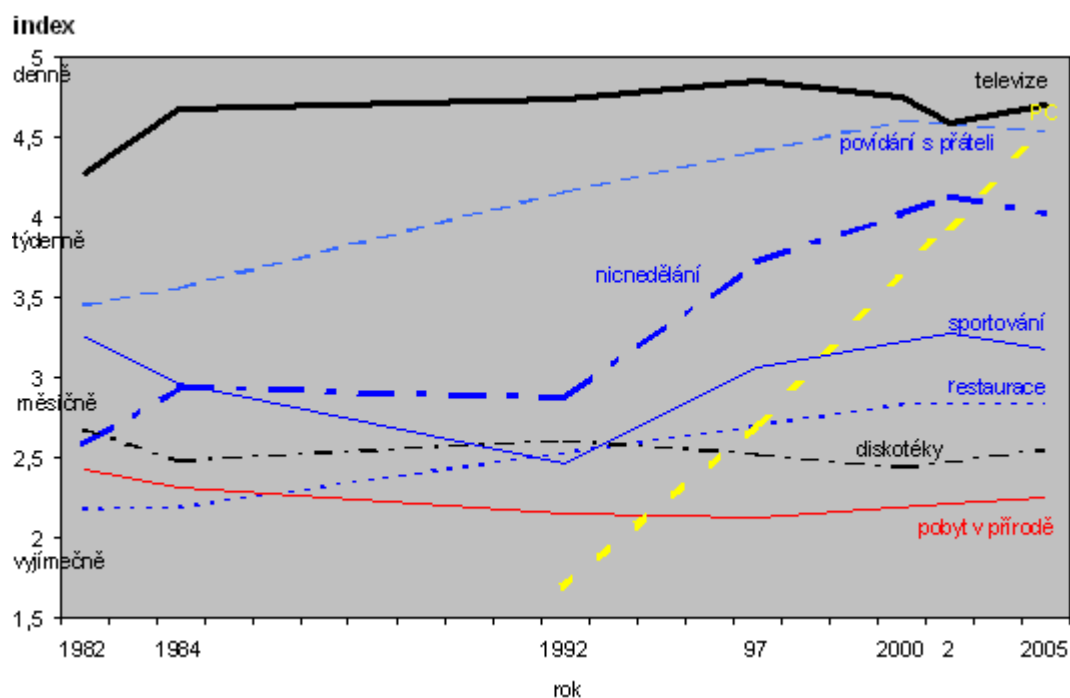
složení. Nejvíce se zvyšuje ta část času, která je věnována sledování televize (Promenyceskespolecnosti.cz, 2016, s. 14-15).

Poněkud jiná čísla prezentuje Hamřík a kol. (2012, s. 28-39), kteří se sice zabývali školními dětmi, ale zjistili, že více než 55 % dívek a 60 % chlapců tráví během pracovního týdne před obrazovkou televize, DVD či videa více než 2 hodiny za den. Zatímco hraní her na PC nebo Playstationu trávili chlapci více než 2 hodiny za den, dívky tráví volná čas u médií spíše „brouzdáním po internetu“ nebo „e-mailováním“. S věkem se zvyšuje množství dětí, které u počítače tráví 2 a více hodiny za den. Pokud by toto platilo až do období adolescence, bylo by možné hovořit ještě o vyšších číslech.

Dle výsledků zkoumání Českého statistického úřadu (ČTK, 2017), že ve věku nad 16 let, se k internetu připojuje 76,5 % lidí (nejčastěji přes notebooky, ale rychle se zvyšuje množství mobilních telefonů). Co se týká mladých do 24 let, tak jejich větší část je schopná online strávit i více než 20 hodin týdně. Většina uživatelů internetu je připojena každý den nebo skoro denně. Téměř všichni uživatelé používají internet ke spojení s ostatními, zvyšuje se obliba sociálních sítí, zatímco telefonování přes internet ubývá. Gričová (2017) pak doplňuje, že co se týká konkrétně sociálních sítí, od Facebooku, přes Twitter, Google+ po další, v jejich užívání u nás převládají ženy nad muži, a to v poměru 64 % ku 43 %. Se zvyšujícím se věkem se u Čechů zájem o sociální sítě snižuje - několikrát denně je na sociálních sítích 73 % mladých lidí ve věku 18 až 29 let, dále 54 % Čechů ve věku 30 až 44 let, starších 45 let už pouze 31 %. Lze odhadovat, že v příštích letech může množství Čechů, kteří jsou na internetu aktivní několikrát denně překročit až 80 %. Mach (2018) pak zmiňuje zajímavý trend, kdy podle něj mladí lidé díky tomu, kolik času tráví na internetu (ať už vyhledáváním informací, poslechem hudby, či sledováním filmů) se zlepšují v angličtině.

Vývoj vztahu k trávení volného času s médii a zejména u počítače ztvárňuje níže uvedený graf (Sak, 2006). Na začátku 90. let se objevuje hlavní nositel utvářející informační společnost – osobní počítač. Zatímco dříve trvalo i generace než inovace pronikla celou společností a stala se součástí jejího života, nasycení společnosti sofistikovanou inovací, jakou osobní počítač bezesporu je, se realizovalo během sociálního věku jedné generace mládeže, jak lze vidět na grafu výše. Aktuálně mládež ve věku 15 – 18 let využívá počítač se stejnou frekvencí, jako se dívá televizi, což je dlouhodobě nejfrekventovanější volnočasová činnost. Už v roce 2000 trávila česká populace s médii třetinu svého bdělého stavu a dvě třetiny volného času. V 15 letech trávili v roce 2000

mladí u počítače až šest hodin týdně. Čas strávený u televize se pohyboval mezi 10 a 23 hodinami týdně.



Graf 1 Vývoj volnočasových aktivit mládeže, od roku 1982 do roku 2005, věková skupina 15 - 18 let, škála 1-5, 1-nikdy, 5-denně (Sak, 2006).

Hofbauer (2004, s. 130) hovoří ve vztahu k médiím a volnému času mladých jedinců také médiích vytvářených dospělými, která přináší mladým informace o světě, přírodě, událostech, člověku, zábavě nebo přináší mladým podněty k trávení volného času. Řeší jak minulost, tak současnost i budoucnost různých sfér skutečnosti či vědních a zájmových oborů. Mohou mít dosah lokální, regionální, národní i mezinárodní, tištěnou či elektronickou. Skrze interaktivní postupy rozšiřují jak informace mezi příslušníky adolescentní generace, ale stávají se i iniciátorem a (spolu)organizátorem jejich individuálních a společenských činností.

Dále Hofbauer (2004, s. 132-133) také zmiňuje, že v poslední době vznikají v prostorách, v celostátním i mezinárodním měřítku média formována samotnými mladými lidmi se záměrem informovat o sobě i různých sférách reality. Pro dospělé prezentují jeden ze zdrojů poznání o životě současných adolescentů. Důležité je, že se v nich mladí lidé (obvykle pod vedením dospělých) stávají dopisovateli, novináři, redaktory, technickými pracovníky. Učí se rozpoznávat problémy a vyhledávat informace o nich, vyjadřovat na ně své názory, po redakčním a technickém zpracování je prezentovat veřejnosti a podílet se tak na jejich řešení. Vztah adolescentů k médiím tak přestává být jednostranným

akceptováním informací ze světa dospělých a pomáhá formovat aktivní vztah adolescentů k realitě. Práce v médiích může být pro adolescenty inspirací pro jejich individuální či společenské volnočasové aktivity, charakteristickým způsobem účasti na rozvoji školy, vrstevnické skupiny zařízení či sdružení volného času, obce či společnosti jako celku. Takové aktivity se přirozeně neomezují na tištěná média, jako tomu bylo dříve, a mnohdy nejde jen o volnočasové aktivity, ale také o přípravu na budoucí povolání.

Ačkoliv už mnohé bylo uvedeno výše v rámci kapitoly s názvem „Rizika působení masových médií“, i zde je možné ještě zmínit některá další ve vztahu k volnému času. Ta mohou být buď specifická, nebo je možné se obecně i zamýšlet nad riziky pasivního trávení volného času. Například Machová, Kubátová a kol. (2016, s. 106) hovoří o vzniku závislosti a návykového chování. Týká se to především volného času u počítače. Co se týče televize a dalších médií, tam nejde o závislost v pravém slova smyslu, ale spíše o nevhodný způsob trávení volného času. Nebezpečí negativního vlivu volného času tráveného u médií na mladé jedince se násobí tím, že jsou velmi dostupné (počítač i televizi vlastní každá domácnost), navíc internet má dnes skoro každý adolescent v mobilu. Negativa vlivu trávení volného času u masových médií na jedince je možné spatřovat v rizicích pro zdravý fyzický vývoj (problémy s pohybovým aparátem, související především s dlouhodobým sezením, nebo sezením na špatné židli, v křesle, na posteli apod., zmínit lze také rizika pro zrak, je zde i riziko vzniku nervových poruch a poruch spánku, uvést je třeba i riziko vzniku nadváhy a obezity – při upřednostňování trávení času u počítače nad sportováním či obecně pohybovou aktivitou).

Rizika se objevují ale také ve spojitosti s psychosociálním vývojem, kde lze zmínit především následující (Machová, Kubátová a kol., 2016, s. 106):

- **Zanedbávání rozvoje sociálních dovedností** – televize ani internet obvykle neposkytují prostor pro aktivní komunikaci, vzájemnou výměnu informací, případně jej nabízí v omezené míře (internet – komunikace na sociálních sítích, chatech, emaily apod.). Diváci nevstupují do konverzace a zůstávají pouhými konzumenty.
- **Nápodoba ve vztahu k násilí, oslabení schopnosti soucitu a empatie** – televize i málo hodnotné filmy v kině, na DVD, nebo třeba počítačové hry mnohdy předvádí značné množství násilí, zobrazované s velkou měrou realistické

drastičnosti. Především děti nebo mladí mohou mít zatím problém si udržet dostatečný odstup od toho, co se tam děje.

- **Narušení vývoje, eventuálně deformace etického cítění a svědomí** – jde o velmi vážný důsledek, současně se ztrátou estetického cítění (vkusu). Díky ztrátě svědomí, otupení vkusu, neprofesionalitě prezentované médií dochází k rozvoji arogantní a agresivní mládeže.
- **Narušení vývoje estetického cítění dětí, eventuálně otupování a deformace estetického cítění dospělých** – hodně z toho, co se prezentuje v televizi či na internetu má kýčovitou povahu, tudíž je jistým typem lži nebo nerealistického prezentování reality.
- **Formování zkresleného a ochuzeného obrazu reality** – především u mladších jedinců, kteří se zatím jen učí rozlišovat realitu od televizního obrazu či toho, co vidí na internetu, hrozí, že si utvoří falešný obraz skutečnosti, kterého by se následně jen špatně zbavovali. U masových médií navíc zakrňuje tvořivá představivost.
- **Riziko vytvoření „náhradního, virtuálního“ světa** – mnohdy (hlavně u dospívajících) prezentuje útěk od reálných problémů.
- **Sledování sexuality prezentované prostřednictvím v podobě nepřiměřené věku** – nemyslí se tím prostě zobrazování nahoty či výchovné pořady.

Sak (2006) nakonec uvádí, že život mládeže se dnes značně realizuje v mediální a virtuální realitě. V současnosti se děti rodí do světa, který je ve velké míře formován mediálně a virtuálně. Jejich psychický a sociální vývoj, sociální se uskutečňuje v takto transformovaném světě. Od narození jsou média mimo rodiny důležitým socializačním institutem. Osobnost současného jedince se tak na jednu stranu stává mediálním produktem a zároveň v interakci s digitálními technologiemi se ve virtuální realitě stává určitým „přídavným zařízením uvedených technologií“. Virtuální realita a kyberprostor utváří vlastní časoprostor a přetváří časoprostor přirozeného světa, ve kterém se vyvíjí rovněž sociální zrání nové generace. Změna trávení volného času netkví jen v přiřazení další počítačové aktivity. Počítač prezentuje průsečík, ve kterém se odehrává široké spektrum předešlých aktivit, a vznikají aktivity nové. Fotografování, filmování, četba, kreslení, grafická tvorba, vzdělávání, finanční operace, účetnictví, animace, simulace, telefonování, poslouchání a skládání hudby, literární tvorba, nakupování, vyřizování na úřadech,

telefonování, psaní dopisů, skupinová komunikace, sex atd. Záliby, které mladí dříve uspokojovali v mnoha zájmových organizacích na mnoha místech a v různém čase mohou aktuálně uspokojovat sami, z pohodlí a intimity domova. Volný čas, který mladí prožívají s médii, dostává novou podobu a zvyšuje se jeho význam. Organizace a prožívání volného času se systémově pozměňuje. Společnost si zatím pořád neuvědomuje závažnost působení médií. Nejedná se o vliv jednoho pořadu, jednoho média, nýbrž o permanentní tlak komplexu médií. Podceňován je vliv reklamy.

II. PRAKTICKÁ ČÁST

4 VÝZKUM VLIVU MASOVÉ KOMUNIKACE NA VOLNÝ ČAS ŽÁKŮ STŘEDNÍCH ŠKOL

4.1 Představení vybraných středních škol

Osloveny byly tyto školy:

Střední zdravotnická škola a Vyšší odborná škola zdravotnická Zlín

Gymnázium a Jazyková škola s právem státní jazykové zkoušky Zlín

Střední škola Baltaci s. r. o.

Střední průmyslová škola Zlín

Střední škola gastronomie a obchodu Zlín

4.2 Cíl výzkumu a výzkumné předpoklady

Cílem výzkumu bylo identifikovat míru vlivu masové komunikace na volný čas žáků středních zdravotnických škol.

Dílčím cílem bylo zjistit, kolik času tráví žáci vybraných škol na internetu, potažmo sociálních sítích a co tam nejčastěji dělají.

Pro naplnění cíle výzkumu byly stanoveny tyto výzkumné předpoklady:

Výzkumný předpoklad 1: Více než polovina dotázaných žáků uvádí, že internet a sociální sítě tvoří více než polovinu jejich volného času tráveného u médií.

Výzkumný předpoklad 2: Více než polovina dotázaných žáků uvádí, že na internetu tráví nejvíce času na sociálních sítích nebo hraním her.

Výzkumný předpoklad 3: Více než polovina dotázaných žáků přiznává, že média mají vliv na to, jak tráví svůj volný čas.

Výzkumný předpoklad 4: Více než polovina dotázaných žáků přiznává, že čas strávený s médii je u nich na úkor aktivně tráveného volného času.

Výzkumný předpoklad 5: Více než polovina dotázaných žáků přiznává, že na sobě sledují některé ze znaků závislosti na médiích.

4.3 Použitá metoda výzkumu

Pro naplnění cíle výzkumu byla zvolena metoda dotazníkového šetření. Jak už název napovídá, termín „dotazník“ má souvislost s „dotazováním“, s otázkami. Představuje způsob písemného pokládání otázek a získávání písemných odpovědí (Gavora a Jůva, 1996, s. 53). Důvodem výběru dotazníku pro tento výzkum byly nesporné výhody jeho použití. Tou hlavní je zajisté možnost získat odpovědi od značného počtu respondentů, kteří navíc mohou být i od sebe různě vzdáleni. Výhodou je také anonymita, která může pomoci od respondentů získat pravdivé odpovědi a dovoluje tak ptát se i na eventuálně citlivé či nepříjemné otázky.

Pro tento výzkum byl zhotoven strukturovaný dotazník s připravenými 22 položkami. První dvě otázky dotazníku byly zformovány jako informační, jelikož se ptaly respondentů na jejich pohlaví a věk. Následujících 20 položek dotazníku již bude sloužit pro následné potvrzení či vyvrácení stanovených výzkumných předpokladů. Většina otázek byla zhotovena ve formě uzavřených otázek, kdy po položení otázky následoval výčet možných variant odpovědí. Některé poté byly tvořeny jako polouzavřené, kdy navíc k nabízeným variantám byla nabídnuta také možnost vlastního doplnění odpovědi (v rámci možnosti „jiné“).

V úvodu dotazníku bylo pro respondenty objasněno, k jakému účelu bude dotazník sloužit. Součástí úvodních informací pak budou také pokyny k vyplnění dotazníku a ujištění respondentů o anonymitě dotazování. Na konci dotazníku bylo respondentům vysloveno poděkování za jejich účast na výzkumném šetření.

4.4 Organizace a respondenti výzkumu

Výzkumné šetření započalo první etapou, kterou bylo vytvoření výzkumných otázek. Jejich formulace měla odrážet jak teoretické informace uvedené v práci, tak vlastní zkušenost výzkumníka. Po zformování výzkumných otázek byla vytvořena pracovní verze dotazníku. Položky dotazníku byly tvořeny tak, aby jimi bylo možné získat odpovědi na výzkumné otázky. Pracovní verze dotazníku byla předána vybraným studentům jedné ze středních škol, kde byl realizován předvýzkum. Jednalo se o 5 respondentů, kteří

prozatímní dotazník vyplnili a s výzkumníkem pak probrali jeho srozumitelnost. Pro tuto etapu bylo ponecháno 14 dní. Výsledkem této etapy bylo upravení pracovní verze dotazníku do jeho konečné podoby.

Poté mohla začít etapa druhá. Do vybraných středních škol v okrese Zlín bylo telefonováno a požádáno o možnost provést na škole dotazování. Po odsouhlasení ředitelem střední školy pak byly poštou zaslány, eventuálně osobně rozvezeny vytištěné dotazníky, které byly rozdány konkrétním učitelům střední školy, kteří je následně rozdali svým žákům. Z jedné střední školy tak bylo možné získat mnoho respondentů.

Po těchto etapách již mohla započít realizační etapa, ve které docházelo k realizaci dotazování studentů středních škol. Aby bylo možné získat co možná největší počet respondentů, byl této etapě věnován celý jeden měsíc. V průběhu, mohli respondenti odevzdávat vyplněné dotazníky svému učiteli, od kterého jej následně výzkumník přebíral.

Poslední vyhodnocovací etapa následovala po odevzdání posledního vyplněného dotazníku. Samotné šetření, proběhlo v lednu 2019. Celkem, bylo rozdáno 234 dotazníků. Z celkového počtu bylo vráceno 216 dotazníků, tedy (92,3 %). Vybrané dotazníkové archy byly vizuálně kontrolovány a vyřazovány ty, které respondenti vyplnili chybně nebo je nevyplnili kompletně (celkem 11 vyřazených dotazníků). Výsledný výzkumný vzorek tedy tvořil 205 kompletně vyplněných dotazníků. Data byla přepisována do počítače, konkrétně do programu MS Excel, kde byly z absolutních hodnot tvořeny hodnoty relativní a výsledky pak vynášeny do výsečových grafů a současně s tabulkami pak zaznamenány do textu práce.

Absolutní četnost – udává počet prvků se stejnou obměnou statistického znaku nebo s hodnotami spadajícími do určité třídy nebo intervalu. Součtem všech absolutních četností dostaneme celkovou četnost v souboru.

Relativní četnost - f_i = podíl četnosti (absolutní) n_i a celkové četnosti n , tj. relativní četnost je vyjádřena v procentech, proto se vypočítaná hodnota f_i vynásobí 100%. Relativní četnost poskytuje informaci o tom, jak velká část z celkového počtu hodnot připadá na danou hodnotu (Chrásková 2007).

Jak již bylo naznačeno, respondenty dotazníku tvořili studenti středních škol v okrese Zlín. Jednalo se o studenty všech ročníků, tedy od prvního po třetí, eventuálně čtvrté ročníky. Respondenty tvořili jak žáci gymnázií, tak i středních odborných škol, střední

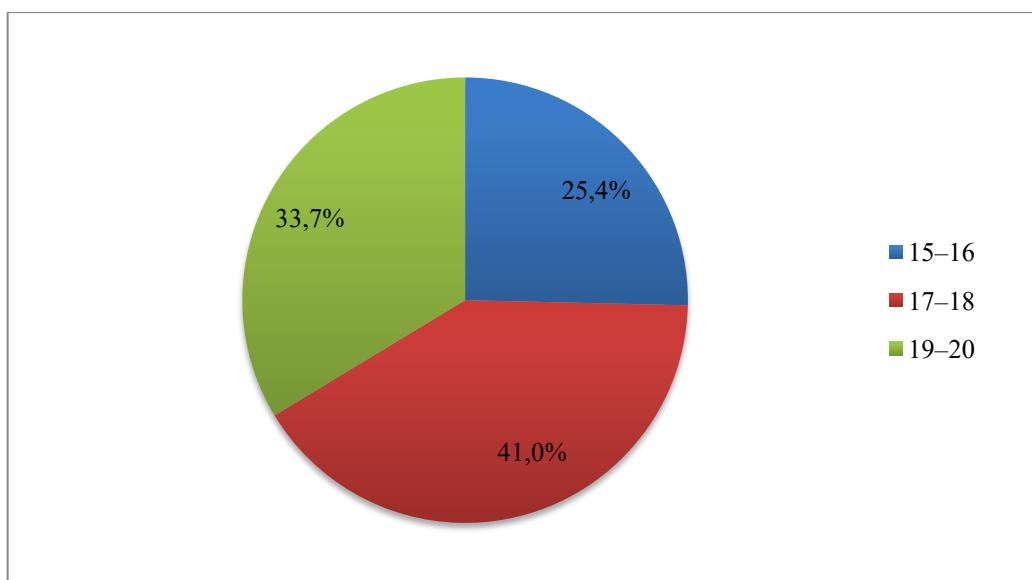
zdravotnické školy. Jednalo se jak o školy ukončené maturitou, tak výučním listem. Jediným kritériem bylo, aby se jednalo o školy státní. Nebylo rozlišováno, jestli budou dotazováni jen chlapci nebo dívky, zastoupena byla obě pohlaví.

4.5 Interpretace výsledků výzkumu a jeho vyhodnocení

Otázka č. 1: Věk

Tabulka 1 Věk respondentů (Zdroj: Vlastní zpracování)

	Absolutní počet	%
15–16	52	25,4
17–18	84	41,0
19–20	69	33,7
celkem	205	100,0



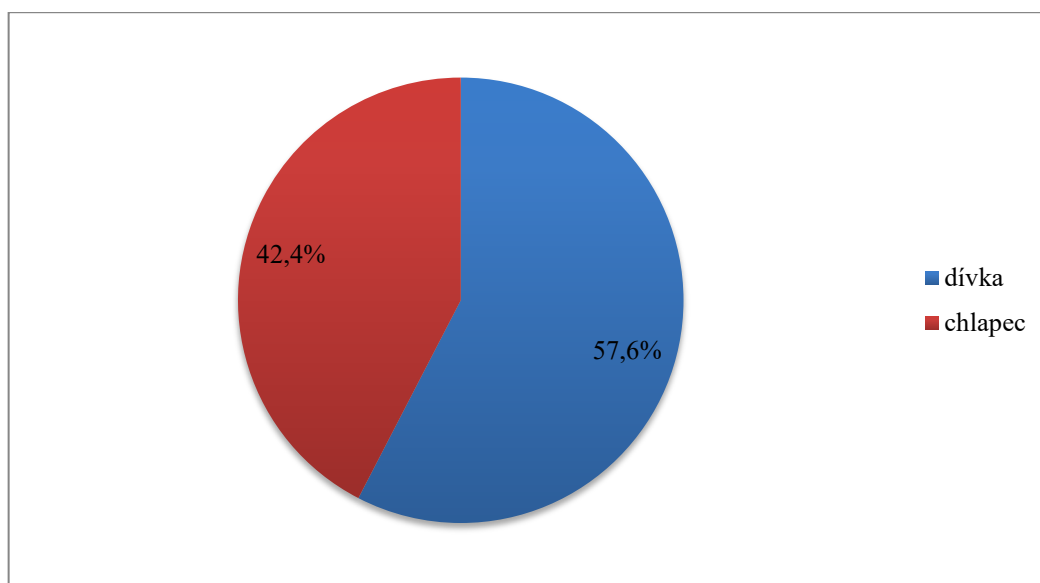
Graf 2 Věk respondentů (Zdroj: Vlastní zpracování)

Komentář: Mezi dotázanými respondenty bylo 25,4 % žáků ve věku 15 až 16 let, dalších 41,0 % bylo ve věku 17 až 18 let a zbylých 33,7 % bylo ve věku 19 až 20 let.

Otázka č. 2: Pohlaví

Tabulka 2 Pohlaví respondentů (Zdroj: Vlastní zpracování)

	Absolutní počet	%
dívka	118	57,6
chlapec	87	42,4
celkem	205	100,0



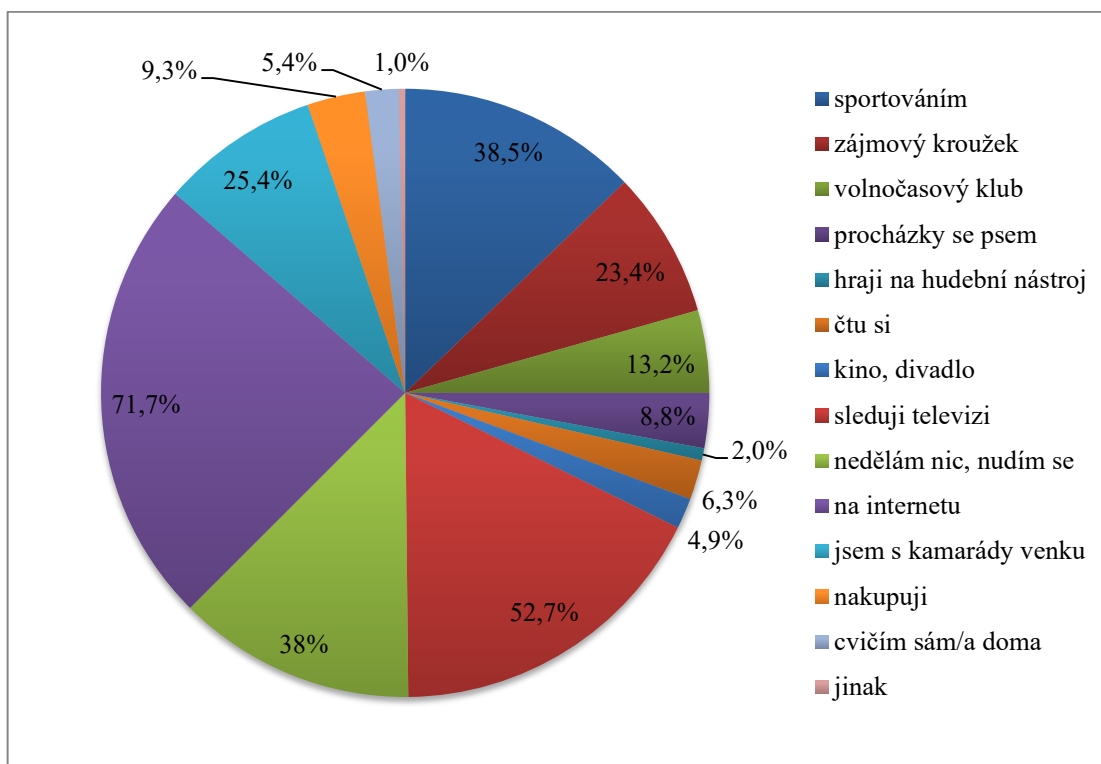
Graf 3 Pohlaví respondentů (Zdroj: Vlastní zpracování)

Komentář: Co se poměru pohlaví týká, tak mezi respondenty mírně převažovaly dívky, které tvořily 57,6 % dotázaných respondentů, zbylých 42,4 % byli chlapci.

Otázka č. 3: Jak trávíte svůj volný čas (můžete vybrat více možností)?

Tabulka 3 Způsoby trávení volného času respondentů (Zdroj: Vlastní zpracování)

	Absolutní počet	%
sportováním	79	38,5
zájmový kroužek	48	23,4
volnočasový klub	27	13,2
procházky se psem	18	8,8
hrají na hudební nástroj	4	2,2
čtu si	13	6,3
kino, divadlo	10	4,9
sledují televizi	108	52,7
nedělám nic, nudím se	78	38,0
na internetu	147	71,7
jsem s kamarády venku	52	25,4
nakupuji	19	9,3
cvičím sám/a doma	11	5,4
jinak	2	1,0
celkem	616	300,5



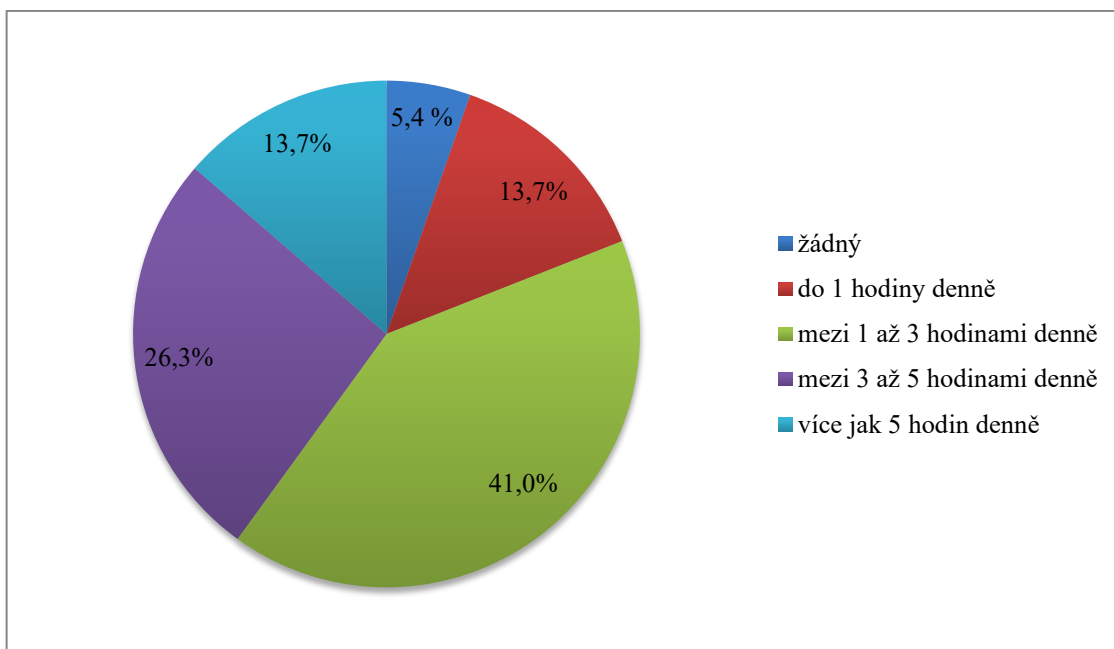
Graf 4 Způsoby trávení volného času respondentů (Zdroj: Vlastní zpracování)

Komentář: Na tuto otázku mohli respondenti zvolit vždy více než jednu odpověď. Data pak zobrazují vždy počet odpovědí z celku. Je si tak možné všimnout, že nejvíce respondentů uvedlo, že se věnuje internetu (71,7 %), dále pak 52,7 % dotázaných uvedlo, že sledují ve volném čase televizi, na třetím místě se pak objevilo sportování, které uvedlo 38,5 % respondentů, dále to bylo nicnedělání (38,0 %). Dále pak 25,4 % respondentů uvedlo, že bývají venku s kamarády, 23,4 % také navštěvuje zájmový kroužek, 13,2 % respondentů uvedlo volnočasový klub. Další aktivity už uvádělo jen velmi malé procento dotázaných, např. procházky se psem (8,8 %), hru na hudební nástroj (2,0 %), čtení (6,3 %), návštěvy kina a divadel (4,9 %) apod.

Otázka č. 4: Kolik času denně (v pracovním týdnu) strávíte sledováním, posloucháním, čtením apod. různých médií (televize, rádio, internet, noviny)?

Tabulka 4 Doba trávená s médii během pracovního týdne (Zdroj: Vlastní zpracování)

	Absolutní počet	%
žádný	11	5,4
do 1 hodiny denně	28	13,7
mezi 1 až 3 hodinami denně	84	41,0
mezi 3 až 5 hodinami denně	54	26,3
více jak 5 hodin denně	28	13,7
celkem	205	100,0



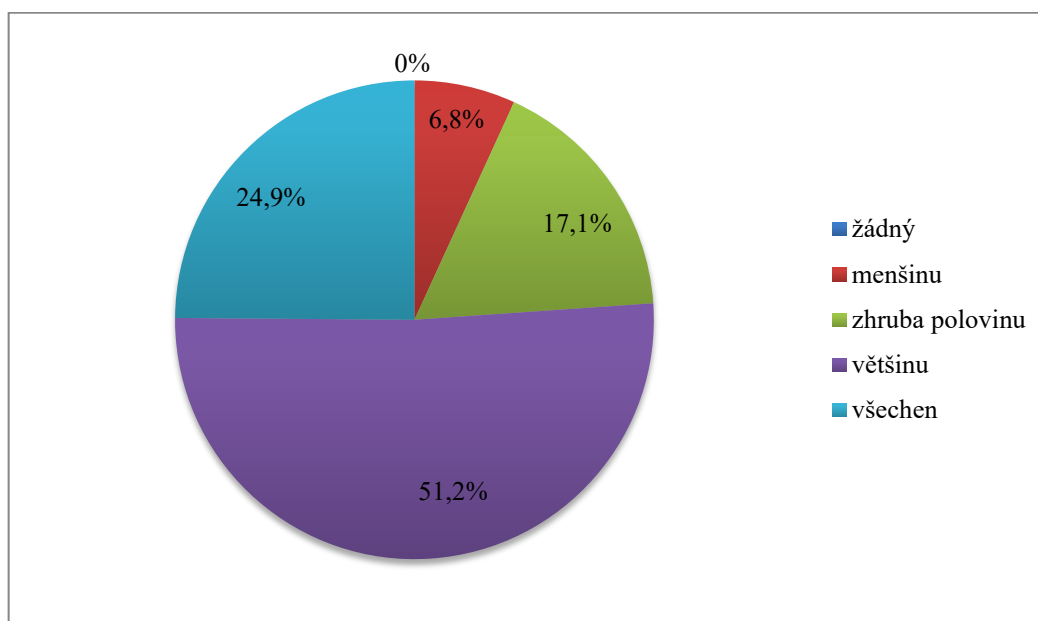
Graf 5 Doba trávená s médii během pracovního týdne (Zdroj: Vlastní zpracování)

Komentář: V pracovním týdnu u televize, rádia či čtení tráví 13,7 % dotázaných do jedné hodiny denně. Dalších 26,3 % tráví s těmito médii mezi 3 až 5 hodinami denně, dalších 41,0 % pak mezi 1 až 3 hodinami denně, dalších 13,7 % pak do 1 hodiny denně. Zbylých 5,4 % dotázaných uvedlo, že takto netráví žádnou část svého volného času.

Otázka č. 5: Kolik času z toho tvoří sledování televize?

Tabulka 5 Doba strávená u televize (Zdroj: Vlastní zpracování)

	Absolutní počet	%
žádný	0	0
menšinu	14	6,8
zhruba polovinu	35	17,1
většinu	105	51,2
všechn	51	24,9
celkem	205	100,0



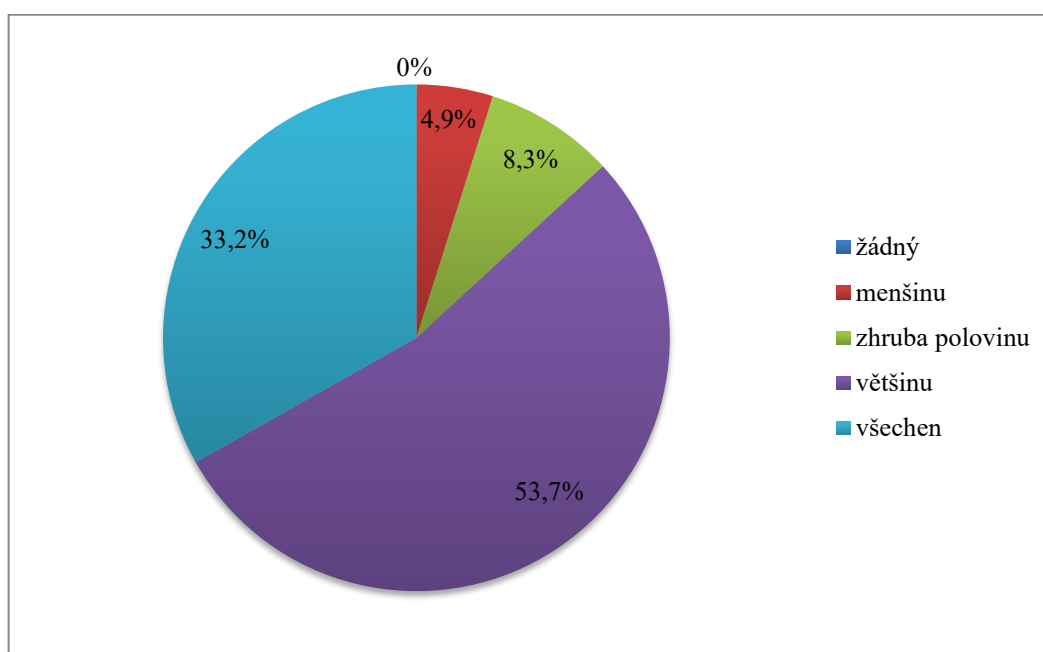
Graf 6 Doba strávená u televize (Zdroj: Vlastní zpracování)

Komentář: Sledování televize představuje pro 51,2 % dotázaných většinu času tráveného s médii. Dalších 24,9 % dotázaných sledováním televize tráví všechny čas s médii, 17,1 % pak zhruba polovinu, menšinu pak 6,8 % dotázaných. Ani jeden z respondentů neodpověděl, že by sledováním televize netrávili žádný z času věnovaného médiím.

Otázka č. 6: Kolik času z toho tvoří internet a sociální sítě?

Tabulka 6 Doba strávená u internetu a sociálních sítí (Zdroj: Vlastní zpracování)

	Absolutní počet	%
žádný	0	0
menšinu	10	4,9
zhruba polovinu	17	8,3
většinu	110	53,7
všechn	68	33,2
celkem	205	100,0



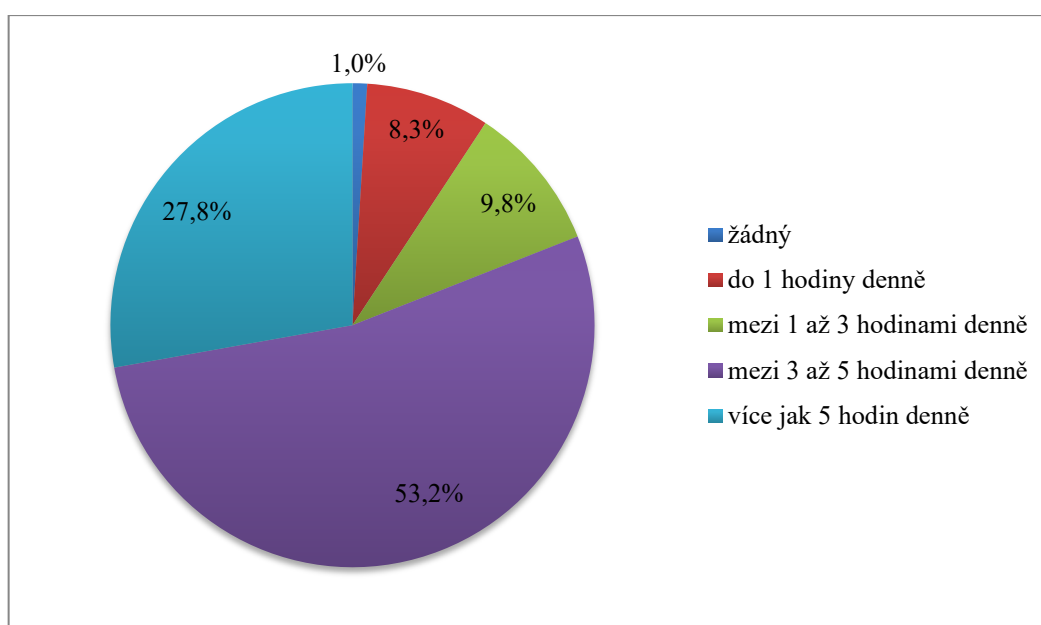
Graf 7 Doba strávená u internetu a sociálních sítí (Zdroj: Vlastní zpracování)

Komentář: Internet z uvedeného času stráveného s médii představuje pro nejvíce respondentů (53,7 %) většinu času, pro dalších 33,2 % pak dokonce všechny čas trávený s médii během pracovního týdne. Pro 8,3 % dotázaných žáků prezentuje internet zhruba polovinu času stráveného s médii a pro zbylých 4,9 % pak menšinu. Ani jeden respondent nevedl, že by na internetu netrval žádný čas. Internet, jak je vidět, je běžnou součástí všedních dnů žáků středních škol.

Otázka č. 7: Kolik času denně (o víkendech, prázdninách, svátcích) strávíte sledováním, posloucháním, čtením apod. různých médií (televize, rádio, internet, noviny)?

Tabulka 7 Počet hodin strávených denně o víkendech a svátcích s médii (Zdroj: Vlastní zpracování)

	Absolutní počet	%
žádný	2	1,0
do 1 hodiny denně	17	8,3
mezi 1 až 3 hodinami denně	20	9,8
mezi 3 až 5 hodinami denně	109	53,2
více jak 5 hodin denně	57	27,8
celkem	205	100,0



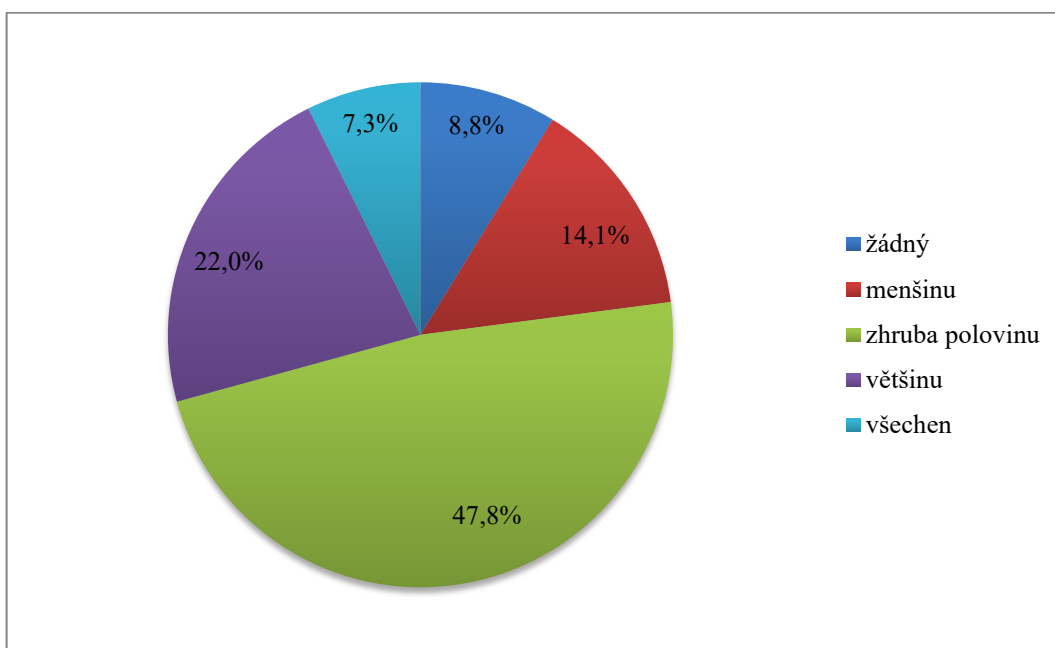
Graf 8 Počet hodin strávených denně o víkendech a svátcích u televize (Zdroj: Vlastní zpracování)

Komentář: Jak je vidět, o víkendech, svátcích či prázdninách tráví dotázaní žáci mnohem více času s médii. Konkrétně zde odpověděla větší polovina dotázaných (53,2 %), že s médii tráví mezi 3 až 5 hodinami denně. Dále pak 27,8 % uvedlo, že s médii tráví dokonce více jak 5 hodin denně. Dále pak 9,8 % dotázaných žáků odpovědělo, že s médii o svátcích a víkendech tráví mezi 1 až 3 hodinami denně. Do 1 hodiny denně tráví s médii o víkendech a svátcích celých 8,3 % dotázaných a zbylé jedno procento uvedlo, že žádný.

Otázka č. 8: Kolik času z toho tvoří sledování televize?

Tabulka 8 Doba strávená denně o víkendech a svátcích u televize (Zdroj: Vlastní zpracování)

	Absolutní počet	%
žádný	18	8,8
menšinu	29	14,1
zhruba polovinu	98	47,8
většinu	45	22,0
všechn	15	7,3
celkem	205	100,0



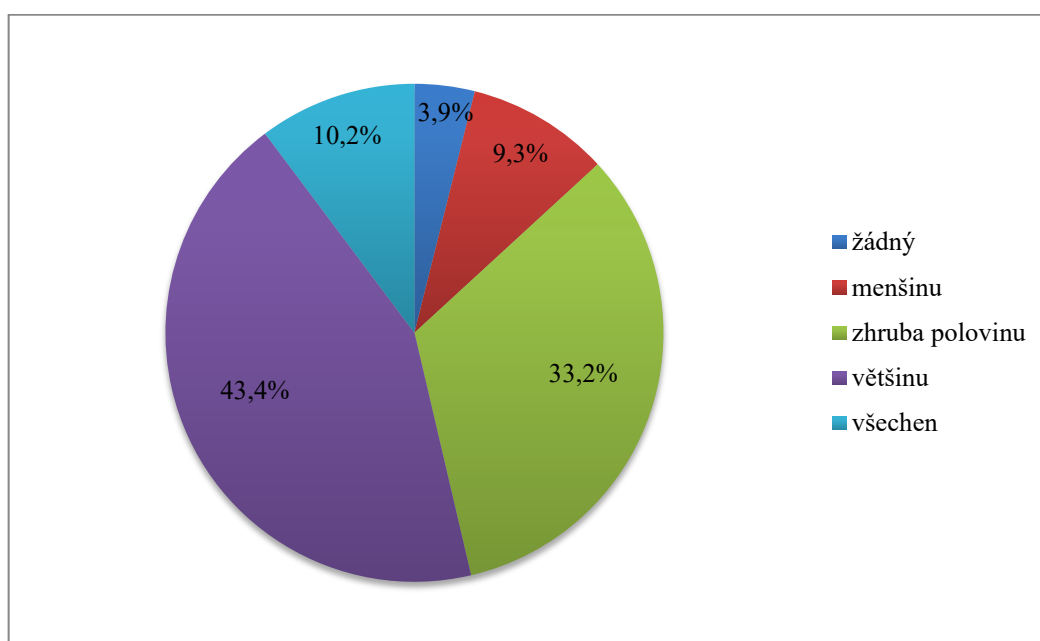
Graf 9 Doba strávená denně o víkendech a svátcích u televize (Zdroj: Vlastní zpracování)

Komentář: Z výše uvedeného času stráveného s médii tráví 47,8 % dotázaných sledováním televize zhruba polovinu. Dalších 22,0 % uvedlo, že sledováním televize tráví většinu času stráveného s médii. Dále 7,3 % odpovědělo, že sledováním televize tráví všechny čas strávený s médii. Menšinu pak 14,1 % dotázaných a žádný 8,8 % dotázaných.

Otázka č. 9: Kolik času z toho tvoří internet a sociální sítě?

Tabulka 9 Doba strávená denně o víkendech a svátcích u internetu (Zdroj: Vlastní zpracování)

	Absolutní počet	%
žádný	8	3,9
menšinu	19	9,3
zhruba polovinu	68	33,2
většinu	89	43,4
všechn	21	10,2
celkem	205	100,0



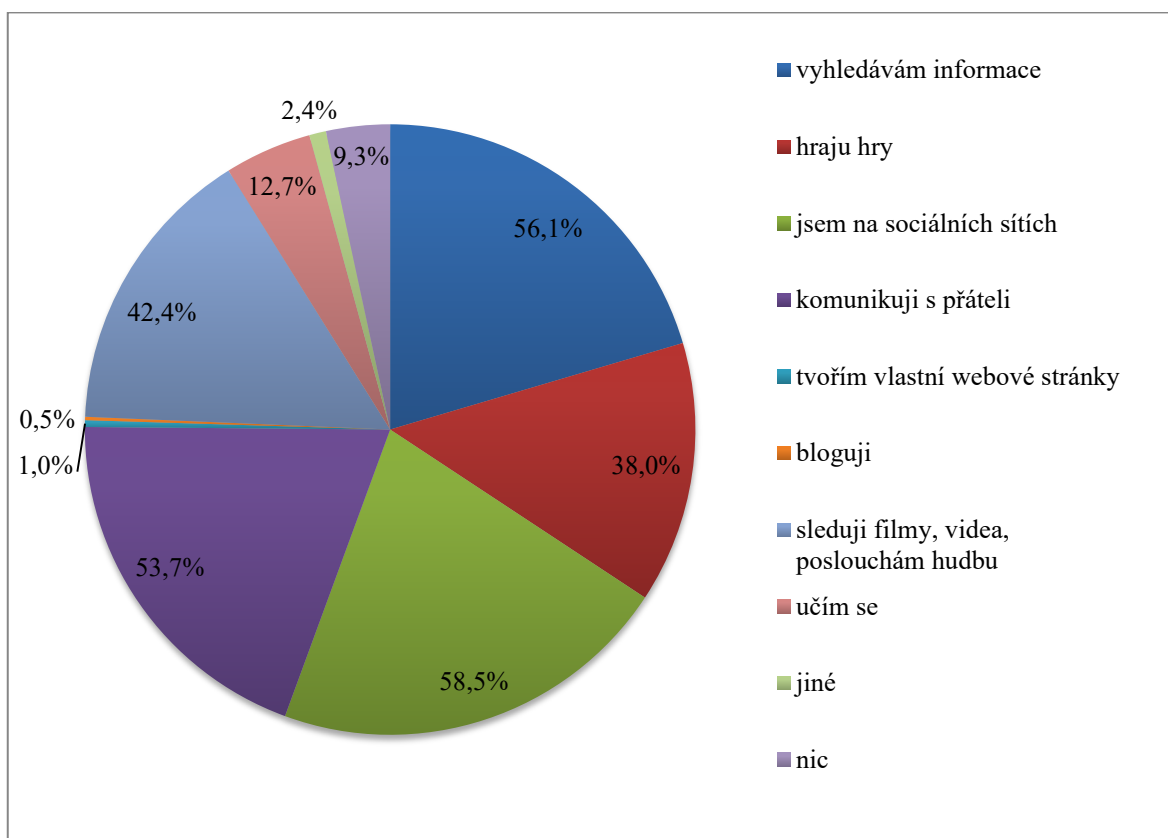
Graf 10 Doba strávená denně o víkendech a svátcích u internetu (Zdroj: Vlastní zpracování)

Komentář: Internet a sociální sítě tvoří z výše uvedeného času pro 43,4 % dotazovaných většinu času, všechny pro 10,2 %. Pro dalších 33,2 % dotázaných jde o zhruba polovinu času, který tráví na internetu, pro 9,3 % pak menšinu času, který tráví na internetu a pro zbylých 3,9 % dokonce žádný čas.

Otázka č. 10: Co na internetu nejčastěji děláte (můžete vybrat více možností)?

Tabulka 10 Nejčastější aktivity provozované respondenty na internetu (Zdroj: Vlastní zpracování)

	Absolutní počet	%
vyhledávám informace	115	56,1
hraju hry	78	38,0
jsem na sociálních sítích	120	58,5
komunikuji s přáteli	110	53,7
tvořím vlastní webové stránky	2	1,0
bloguji	1	0,5
sleduji filmy, videa, poslouchám hudbu	87	42,4
učím se	26	12,7
jiné	5	2,4
nic	19	9,3
celkem	563	274,6



Graf 11 Nejčastější aktivity provozované respondenty na internetu (Zdroj: Vlastní zpracování)

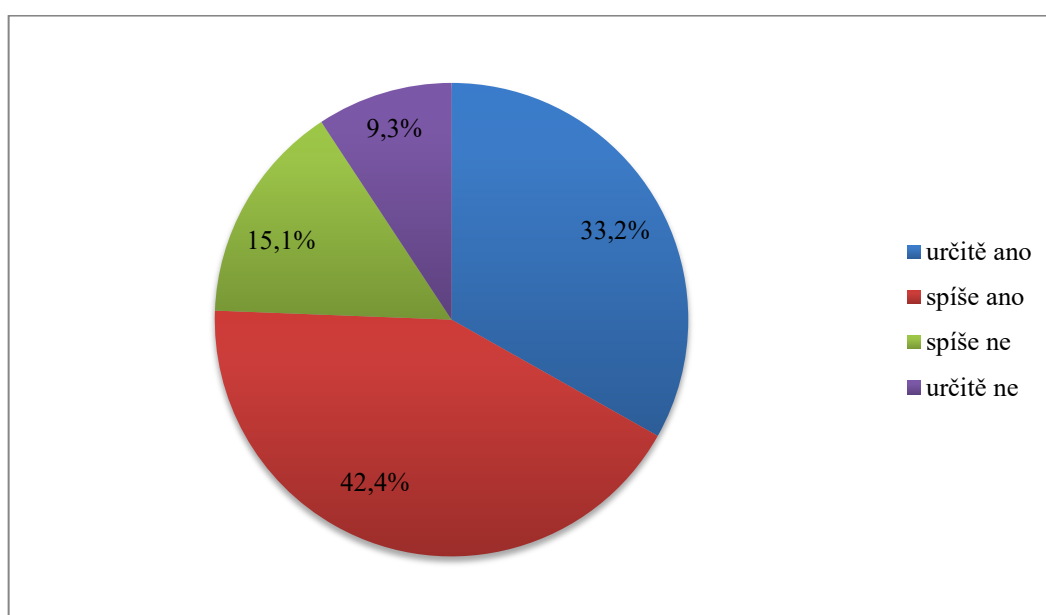
Komentář: I zde mohli respondenti zvolit více než jednu možnost, neboť je běžné, že mladí lidé využívají internet pro několik funkcí zároveň. Více než polovina dotázaných

respondentů uvedla (58,5 %), že jsou na sociálních sítích, více než polovina (56,1 %) také uvedla, že vyhledávají informaci. Více než polovina dále uvedla (53,7 %), že na internetu komunikují s přáteli (více dívky než chlapci). Hry hraje celých 38,0 % dotázaných žáků, s převahou chlapců. Poté 42,4 % odpovědělo, že na internetu sledují filmy, videa či poslouchají hudbu. Jen pouhé procento dotázaných uvedlo, že tvoří vlastní webové stránky, 0,5 %, že blogují. Pouze 12,7 % uvedlo, že internet využívají k tomu, aby se na něm učili. Dále 2,4 % dotázaných odpovědělo možnost jiné a 9,3 %, že na internetu nedělají nic.

Otázka č. 11: Můžete potvrdit, že média (televize, internet aj.) naplňují většinu Vašeho volného času?

Tabulka 11 Názory na to, že většinu volného času respondentů tvoří média (Zdroj: Vlastní zpracování)

	Absolutní počet	%
určitě ano	68	33,2
spíše ano	87	42,4
spíše ne	31	15,1
určitě ne	19	9,3
celkem	205	100,0



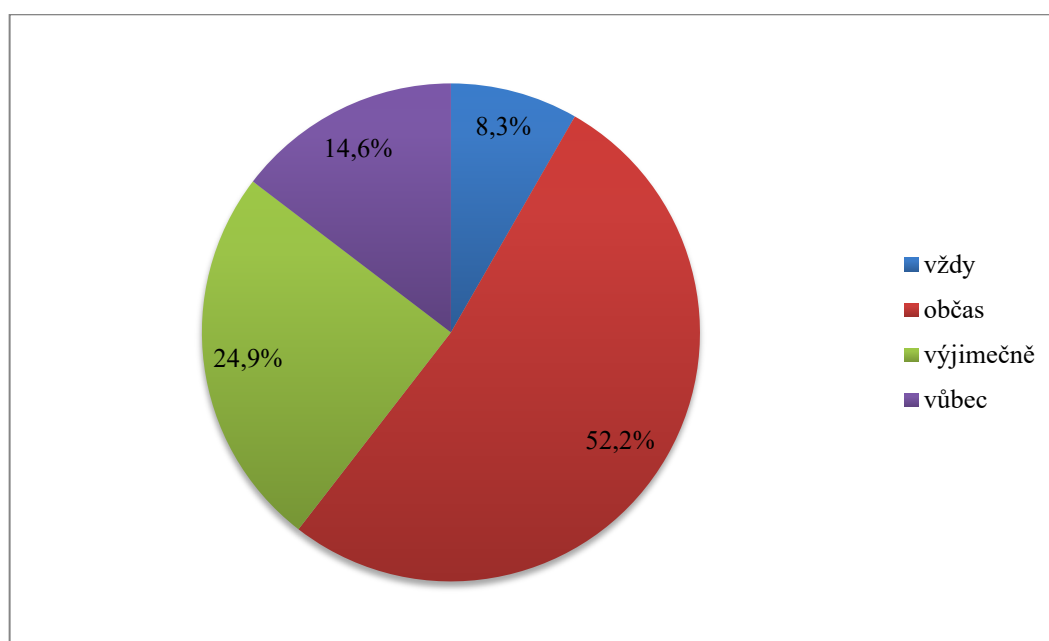
Graf 12 Názory na to, že většinu volného času respondentů tvoří média (Zdroj: Vlastní zpracování)

Komentář: Více než polovina dotázaných respondentů potvrdila, že média, od internetu po televizi, tvoří většinu jejich volného času. Konkrétně 33,2 % dotázaných odpovědělo, že určitě ano, dalších 42,4 % pak, že spíše ano. Jen 15,1 % dotázaných odpovědělo, že média spíše nenaplňují většinu jejich volného času a 9,3 % dotázaných pak uvedlo, že určitě média netvoří většinu jejich volného času.

Otázka č. 12: Můžete potvrdit, že Vás média ovlivňují v tom, jak trávíte volný čas (děláte to, co je zrovna podle Instagramu, Facebooku „in“ – natáčíte videa na Youtube, cvičíte aj.)?

Tabulka 12 Názory na to, že média ovlivňují způsoby trávení volného času respondentů
(Zdroj: Vlastní zpracování)

	Absolutní počet	%
vždy	17	8,3
občas	107	52,2
výjimečně	51	24,9
vůbec	30	14,6
celkem	205	100,0



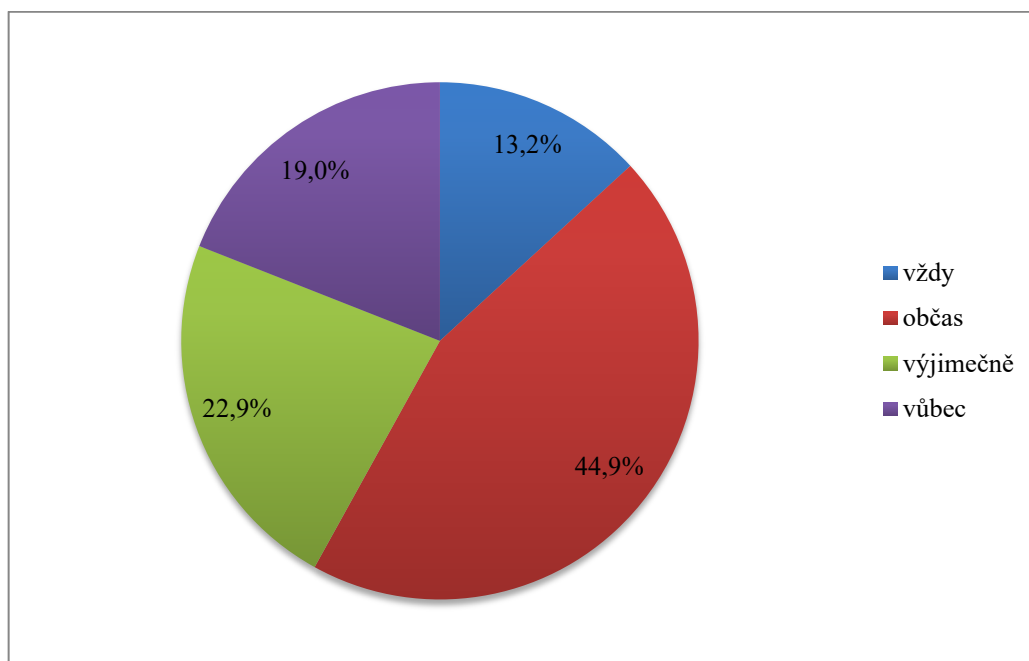
Graf 13 Názory na to, že média ovlivňují způsoby trávení volného času respondentů
(Zdroj: Vlastní zpracování)

Komentář: Na tuto otázku odpověděla více než polovina dotázaných (52,2 %), že je média občas ovlivňují v tom, jak tráví svůj volný čas. Dalších 24,9 % dotázaných pak odpovědělo, že je média ovlivňují výjimečně. Vůbec neovlivňují média trávení volného času u 14,6 % dotázaných a u zbylých 8,3 % dotázaných média ovlivňují trávení volného času vždy.

Otázka č. 13: Můžete potvrdit, že díky tomu, co prezentují média, upravujete své denní aktivity (např. navštěvujete kina, děláte činnosti, která se v médiích doporučují, chodíte do restaurací, které byly doporučeny na internetu či v tisku aj.)?

Tabulka 13 Vliv médií na denní aktivity respondentů (Zdroj: Vlastní zpracování)

	Absolutní počet	%
vždy	27	13,2
občas	92	44,9
výjimečně	47	22,9
vůbec	39	19,0
celkem	205	100,0



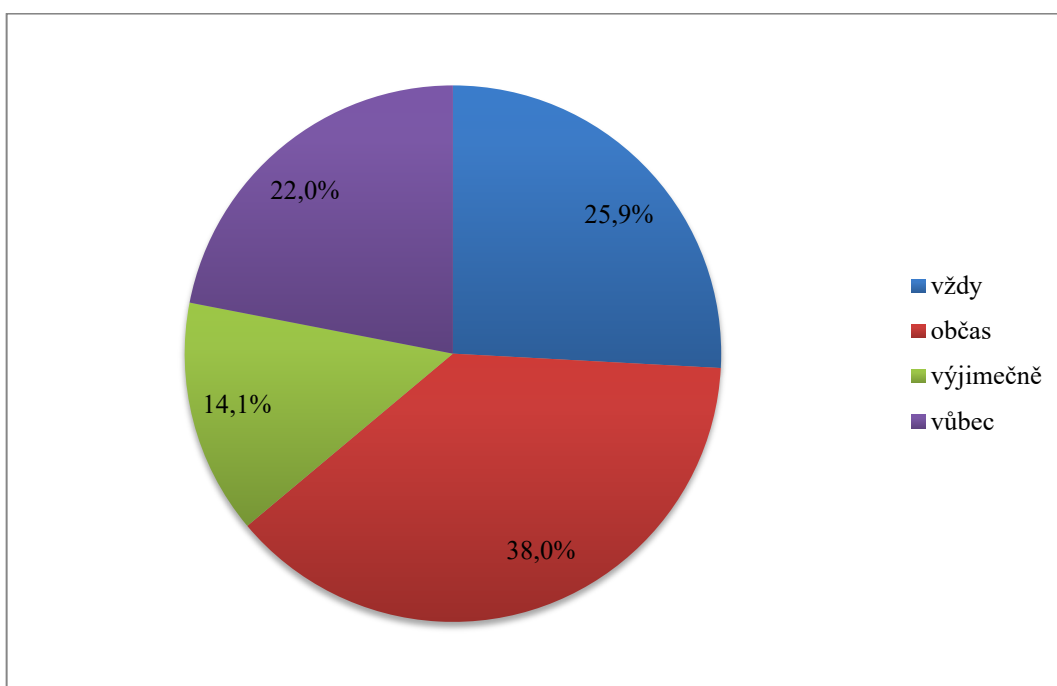
Graf 14 Vliv médií na denní aktivity respondentů (Zdroj: Vlastní zpracování)

Komentář: Na tuto otázku odpovědělo 44,9 % dotázaných, že občas upravují své denní aktivity podle toho, co prezentují média. Dalších 22,9 % dotázaných odpovědělo, že výjimečně upravují své denní aktivity podle toho, co prezentují média. Dále pak 13,2 % dotázaných žáků odpovědělo, že své denní aktivity vždy upravují podle toho, co prezentují média, a zbylých 19,0 % dotázaných odpovědělo, že vůbec neupravují své denní aktivity podle toho, co prezentují média.

Otázka č. 14: Můžete potvrdit, že Vaše nákupy (např. oblečení, kosmetiku, elektroniku, mobily aj.) ovlivňují média a to, co se v nich prezentuje?

Tabulka 14 Vliv médií na nákupy respondentů (Zdroj: Vlastní zpracování)

	Absolutní počet	%
vždy	53	25,9
občas	78	38,0
výjimečně	29	14,1
vůbec	45	22,0
celkem	205	100,0



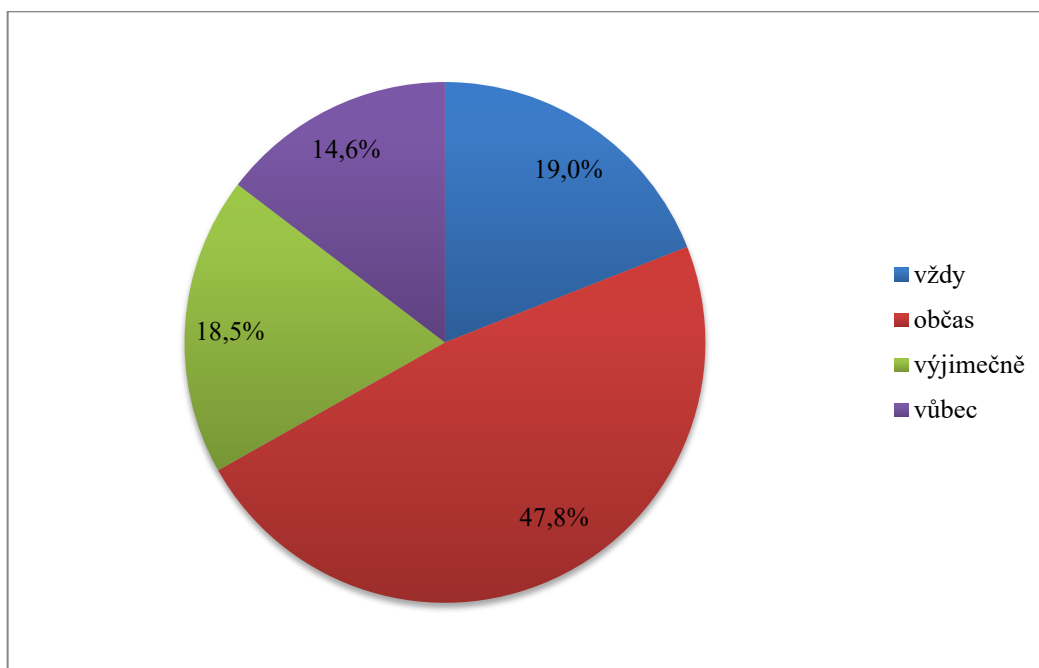
Graf 15 Vliv médií na nákupy respondentů (Zdroj: Vlastní zpracování)

Komentář: Nákupy respondentů ovlivňují média vždy u 25,9 % dotázaných respondentů, u dalších 38,0 % dotázaných média ovlivňují nákupy občas. Dále 14,1 % dotázaných respondentů uvedlo, že jim média výjimečně ovlivňují nákupní chování. Zbýlých 22,0 % dotázaných uvedlo, že jim média nákupní chování neovlivňují vůbec.

Otázka č. 15: Stává se Vám, že kvůli sledování televize nebo surfování na internetu či sociálních sítí odkládáte jiné volnočasové aktivity (sportování, procházky, návštěvy divadel, kina)?

Tabulka 15 Zkušenosti respondentů s odkládáním jiných volnočasových aktivit kvůli médiím
(Zdroj: Vlastní zpracování)

	Absolutní počet	%
vždy	39	19,0
občas	98	47,8
výjimečně	38	18,5
vůbec	30	14,6
celkem	205	100,0



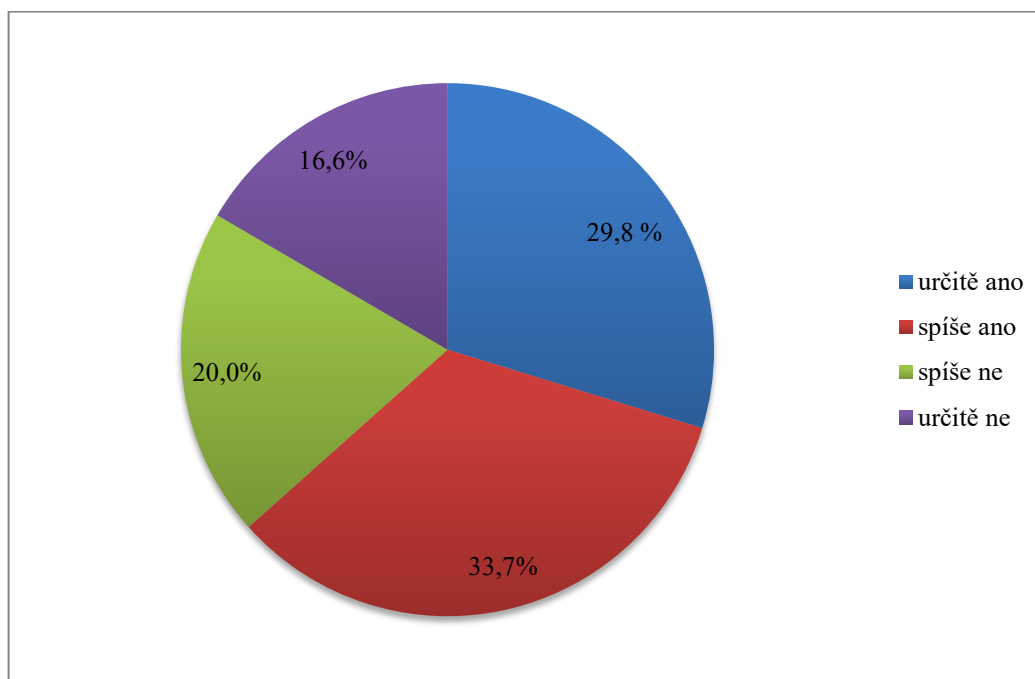
Graf 16 Zkušenosti respondentů s odkládáním jiných volnočasových aktivit kvůli médiím
(Zdroj: Vlastní zpracování)

Komentář: Skoro polovina dotázaných respondentů (47,8 %) odpověděla, že díky médiím občas odkládají jiné volnočasové aktivity. Dalších 19,0 % pak odpovědělo, že vždy odkládají jiné volnočasové aktivity kvůli médiím (trávení času na internetu nebo u televize). Poté 18,5 % dotázaných respondentů odpovědělo, že výjimečně odkládají jiné volnočasové aktivity kvůli médiím. Zbývajících 14,6 % pak uvedlo, že nikdy, respektive vůbec neodkládají jiné volnočasové aktivity vůči médiím.

Otázka č. 16: Domníváte se, že nebýt televize či internetu, tak byste trávil/a čas aktivněji (procházky venku, sport apod.)?

Tabulka 16 Názory na to, že bez médií by respondenti trávili volný čas aktivněji (Zdroj: Vlastní zpracování)

	Absolutní počet	%
určitě ano	61	29,8
spíše ano	69	33,7
spíše ne	41	20,0
určitě ne	34	16,6
celkem	205	100,0



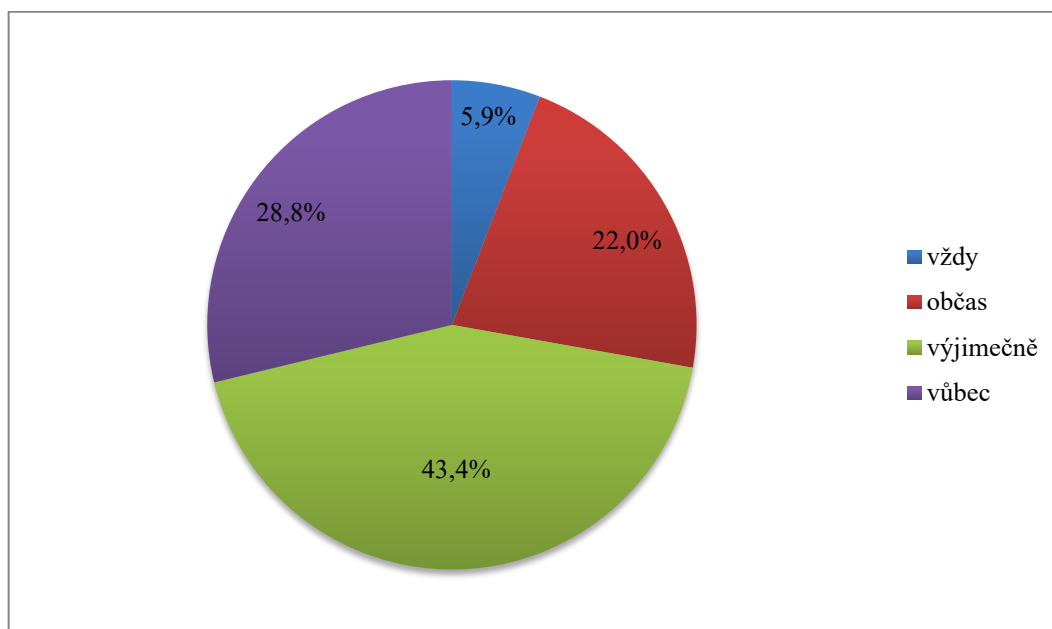
Graf 17 Názory na to, že bez médií by respondenti trávili volný čas aktivněji (Zdroj: Vlastní zpracování)

Komentář: Více než polovina (63,5 %) respondentů se shodovala na tom, že nebýt televize či internetu, tak by trávili volný čas aktivněji. Konkrétně 29,8 % odpovědělo, že určitě by trávili volný čas aktivněji, kdyby nebylo televize či internetu, dalších 33,7 % dotázaných pak odpovědělo, že by spíše trávili volný čas aktivněji, nebýt televize a internetu. Dalších 20 % dotázaných pak odpovědělo, že by spíše netrávili volný čas aktivněji. Zbývajících 16,6 % uvedlo, že by určitě netrávili čas aktivněji, nebýt televize nebo internetu.

Otázka č. 17: Pozorujete na sobě, že jste např. na některých seriálech nebo třeba zpravodajství závislý/á, a snažíte se jejich vysílacím časům přizpůsobit a musíte je vždy vidět?

Tabulka 17 Zkušenosti se znaky závislosti na televizi u respondentů (Zdroj: Vlastní zpracování)

	Absolutní počet	%
vždy	12	5,9
občas	45	22,0
výjimečně	89	43,4
vůbec	59	28,8
celkem	205	100,0



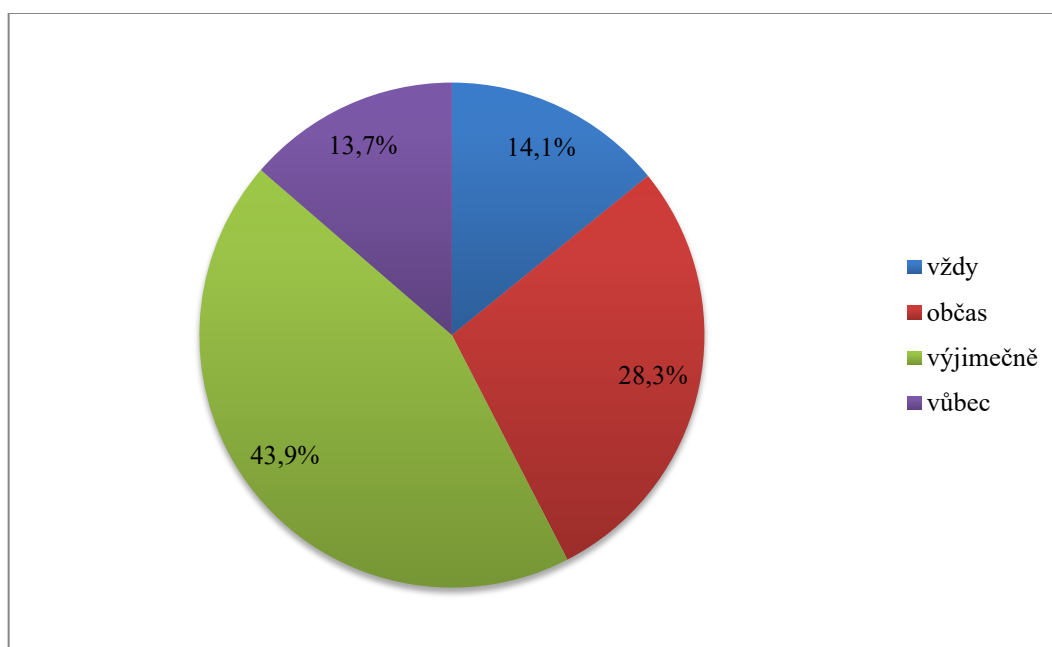
Graf 18 Zkušenosti se znaky závislosti na televizi u respondentů (Zdroj: Vlastní zpracování)

Komentář: Jen 5,9 % dotázaných respondentů uvedlo, že na sobě vždy pozorují určité znaky závislosti na seriálech či zpravodajství. Dalších 22 pak uvedlo, že občas u sebe sledují určité znaky závislosti na seriálech či zpravodajství. Nejvíce respondentů (43,4 %) pak odpovědělo, že znaky závislosti na televizi a sobě sledují jen výjimečně a 28,8 % uvedlo, že u sebe vůbec nesledují, že by mohli být závislí na nějakých seriálech apod.

Otázka č. 18: Pozorujete na sobě některé znaky závislosti na internetu (první, co po probuzení uděláte, tak kontrolujete svůj profil na sociálních sítích, to samé po příchodu ze školy, o přestávkách, všude zjišťujete, jestli je k dispozici hifi, musíte být stále „online“ apod.)?

Tabulka 18 Zkušenosti se znaky závislosti na internetu u respondentů (Zdroj: Vlastní zpracování)

	Absolutní počet	%
vždy	29	14,1
občas	58	28,3
výjimečně	90	43,9
vůbec	28	13,7
celkem	205	100,0



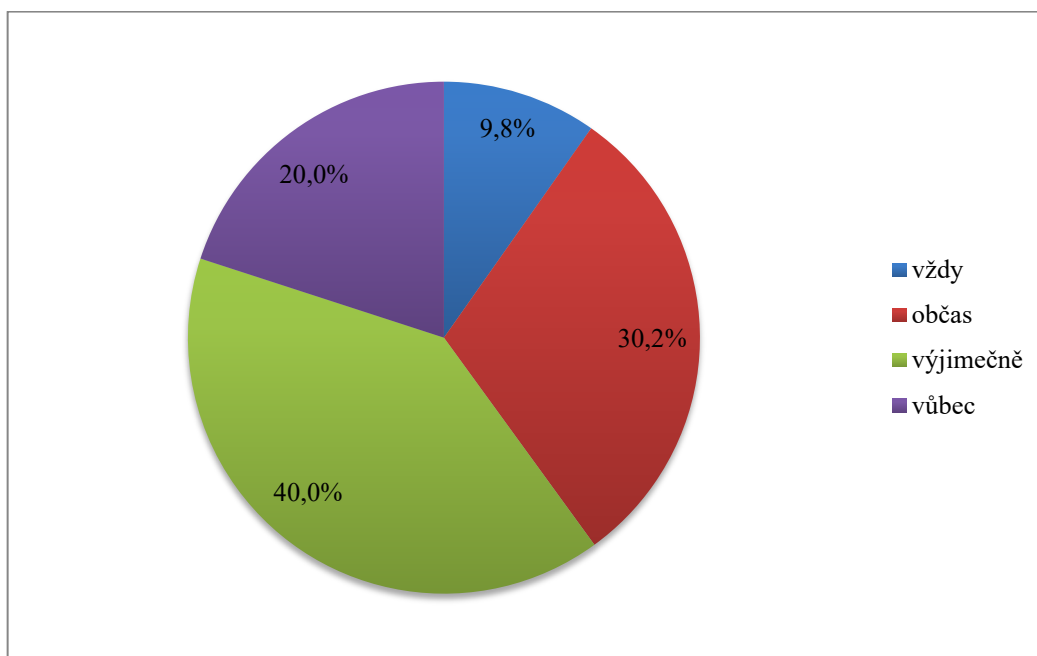
Graf 19 Zkušenosti se znaky závislosti na internetu u respondentů (Zdroj: Vlastní zpracování)

Komentář: Co se týče závislosti na internetu, zde odpovídali respondenti trochu více ve prospěch identifikované závislosti. Konkrétně 14,1 % dotázaných respondentů odpovědělo, že u sebe vždy sledují znaky závislosti na internetu. Dalších 28,3 % dotázaných odpovědělo, že občas u sebe sledují některé znaky závislosti na internetu. Nejvíce dotázaných respondentů pak zvolilo odpověď, že výjimečně u sebe vnímají znaky závislosti na internetu. Zbývajících 13,7 % dotázaných odpovědělo, že u sebe něco takového nesledují vůbec.

Otázka č. 19: Máte někdy pocit. Že na internetu trávíte čas raději než s kamarády nebo někde venku?

Tabulka 19 Zkušenosti s upřednostňováním internetu před trávením volného času venku či s kamarády (Zdroj: Vlastní zpracování)

	Absolutní počet	%
vždy	20	9,8
občas	62	30,2
výjimečně	82	40,0
vůbec	41	20,0
celkem	205	100,0



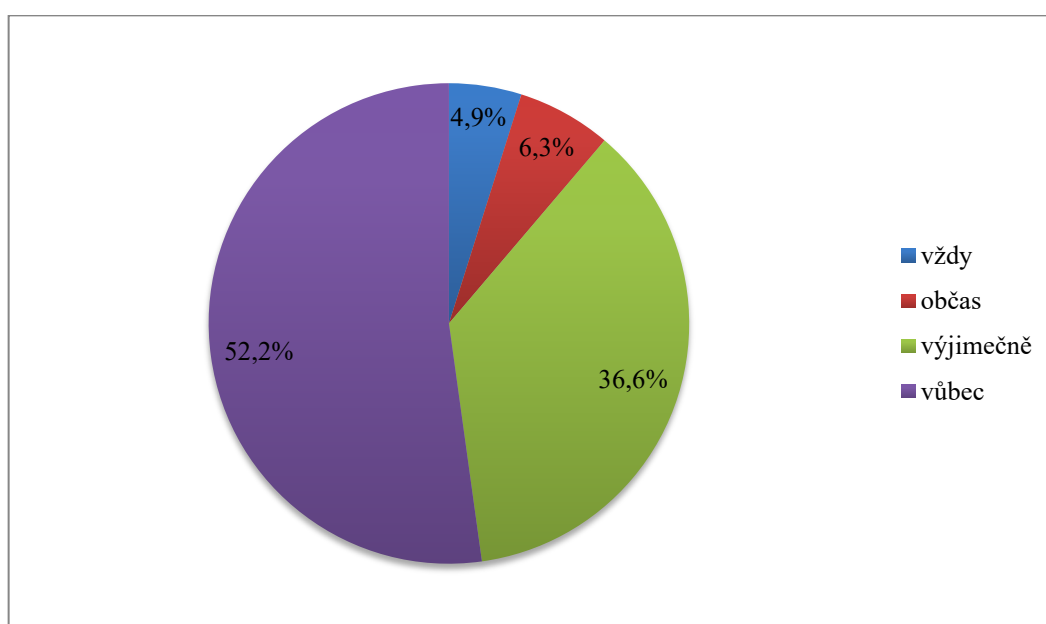
Graf 20 Zkušenosti s upřednostňováním internetu před trávením volného času venku či s kamarády (Zdroj: Vlastní zpracování)

Komentář: Nejvíce dotazovaných respondentů (40 %) na tuto otázku odpovědělo, že jen výjimečně mívají pocit, že na internetu tráví čas raději s kamarády nebo někde venku. Dále pak 30,2 % dotázaných odpovědělo, že občas mají pocit, že na internetu tráví čas raději než s kamarády či venku, 20 % odpovědělo, že vůbec takový pocit nemají. Nejméně respondentů uvedlo, že tento pocit mají vždy.

Otázka č. 20: Seznamujete se raději na internetu než v realitě (ve škole apod.)?

Tabulka 20 Zkušenosti s upřednostňováním seznamování se na internetu než reálně (Zdroj: Vlastní zpracování)

	Absolutní počet	%
vždy	10	4,9
občas	13	6,3
výjimečně	75	36,6
vůbec	107	52,2
celkem	205	100,0



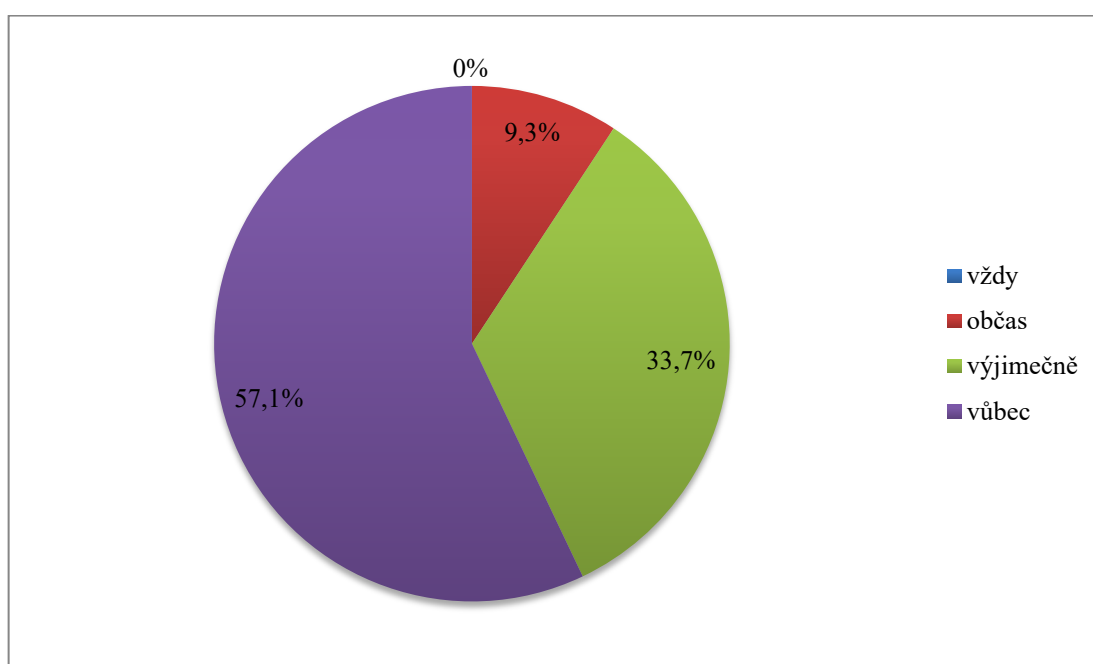
Graf 21 Zkušenosti s upřednostňováním seznamování se na internetu než reálně (Zdroj: Vlastní zpracování)

Komentář: Více než polovina dotázaných respondentů zde odpověděla (52,2 %), že se vůbec neseznamují raději na internetu než v realitě. Dalších 36,6 % dotázaných respondentů pak odpovědělo. Že výjimečně se seznamují raději na internetu než v realitě. Pouze 6,3 % dotázaných respondentů odpovědělo, že tento způsob seznamování (na internetu) upřednostňují.

Otázka č. 21: Máte někdy pocit, že přestáváte rozlišovat, co je realita a co je jen virtuální skutečnost?

Tabulka 21 Zkušenosti s neschopností rozlišovat, co je realita a co ne (Zdroj: Vlastní zpracování)

	Absolutní počet	%
vždy	0	0
občas	19	9,3
výjimečně	69	33,7
vůbec	117	57,1
celkem	205	100,0



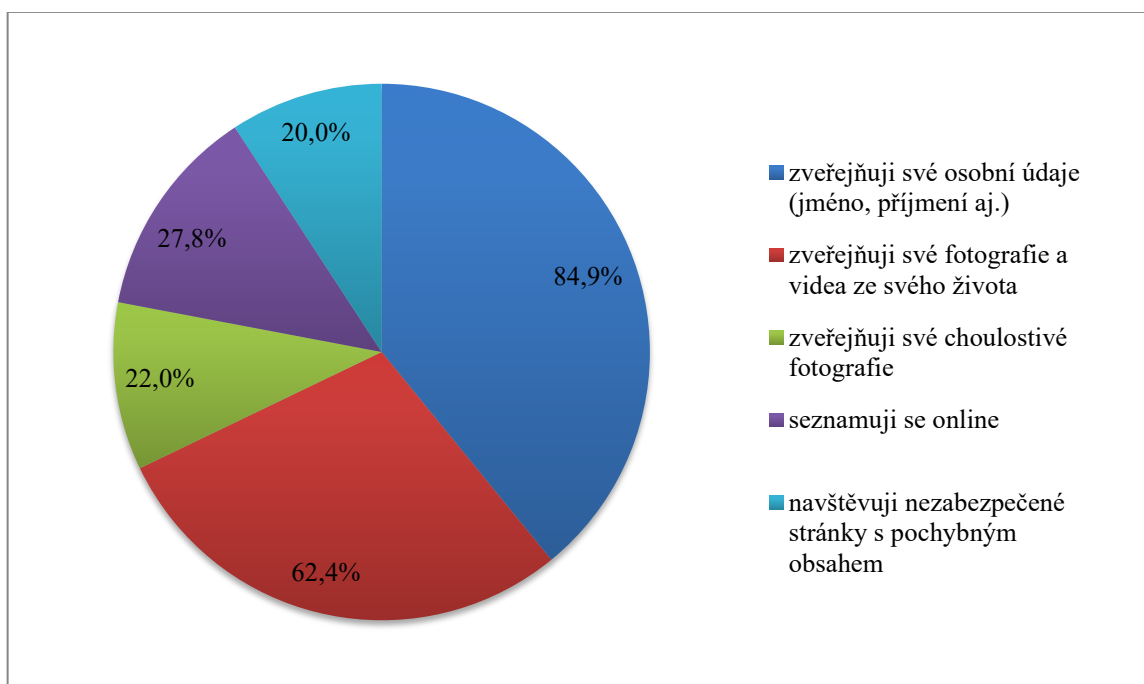
Graf 22 Zkušenosti s neschopností rozlišovat, co je realita a co ne (Zdroj: Vlastní zpracování)

Komentář: Větší polovina dotázaných respondentů (57,1 %) zde odpověděla, že vůbec nemají pocit, že by přestávali rozlišovat, co je realita a co ne. Dalších 33,7 % dotázaných pak odpovědělo, že výjimečně mívají pocit, že přestávají rozlišovat, co je realita a co ne. Zbylých 9,3 % dotázaných pak odpovědělo, že tento pocit mají občas, vždy tento pocit nemá nikdo.

Otázka č. 22: Můžete potvrdit, že na internetu děláte některé z uvedených činností (můžete vybrat více možností)?

Tabulka 22 Zkušenosti s nebezpečnými činnostmi prováděnými respondenty (Zdroj: Vlastní zpracování)

	Absolutní počet	%
zveřejňují své osobní údaje (jméno, příjmení aj.)	174	84,9
zveřejňují své fotografie a videa ze svého života	128	62,4
zveřejňují své choulostivé fotografie	45	22,2
seznamují se online	57	27,8
navštěvují nezabezpečené stránky s pochybným obsahem	41	20,0
celkem	445	217,1



Graf 23 Zkušenosti s nebezpečnými činnostmi prováděnými respondenty (Zdroj: Vlastní zpracování)

Komentář: Tato otázka se snažila od respondentů zjistit, jestli se na internetu chovají rizikově. Jak je vidět z grafu a tabulky výše, skoro všichni dotazovaní respondenti (84,9 %) potvrdilo, že na internetu zveřejňují své osobní údaje. Dále pak 62,4 % také potvrdilo, že na internetu zveřejňují své fotografie a videa ze života. Skoro třetina (22 %) dotazovaných dále potvrdila, že zveřejňují na internetu dokonce své choulostivé fotografie, a dále víc než třetina (27,8 %) pak uvedla, že se seznamují online. Dalších 20 % dotázaných poté uvedlo, že dokonce navštěvují pochybné nezabezpečené stránky.

VYHODNOCENÍ VÝZKUMNÝCH PŘEDPOKLADŮ

Cílem výzkumu bylo identifikovat míru vlivu masové komunikace na volný čas žáků středních škol.

Dílčím cílem bylo zjistit, kolik času tráví žáci vybraných škol na internetu, potažmo sociálních sítích, a co tam nejčastěji dělají.

Pro naplnění cíle výzkumu byly stanoveny tyto výzkumné předpoklady:

Výzkumný předpoklad 1: Více než polovina dotázaných žáků uvádí, že u médií stráví více než hodinu týdně během pracovního týdne a více než 3 hodiny denně během víkendů a svátků či dnů volna.

Výzkumný předpoklad bylo možné potvrdit.

Více než hodinu denně v pracovním týdnu trávilo s médii dokonce celých 81 % dotázaných respondentů. Konkrétně 26,3 % trávilo s těmito médii mezi 3 až 5 hodinami denně, dalších 41,0 % pak mezi 1 až 3 hodinami denně, dalších 13,7 % pak do 1 hodina denně. Z toho značnou část tvořilo sledování televize (pro 51,2 % dotázaných šlo většinu času stráveného s médii, pro 24,9 % dotázaných všechen uvedený čas s médii) a také internet (pro 53,7 % většinu času, pro dalších 33,2 % pak dokonce všechen čas strávený s médii během pracovního týdne).

Co se týká volného času během víkendů, svátků či prázdnin aj., tak dokonce 90,8 % dotázaných respondentů uvedlo, že s médii tráví více než hodinu denně, z toho 81,0 % uvedlo, že dokonce s médii o dnech volna tráví více než 3 hodiny denně (27,8 % až více než 5 hodin denně). Z uvedeného času pak sledování televize potvrdilo 47,8 % dotázaných, pro které to byla polovina daného času. Dalších 22,0 % uvedlo, že sledováním televize tráví většinu času stráveného s médii a 7,3 % odpovědělo, že sledováním televize tráví všechen čas strávený s médii. Internet a sociální sítě prezentovaly z tohoto času pro 43,4 % dotázaných většinu času, všechen pro 10,2 %.

Výzkumný předpoklad 2: Více než polovina dotázaných žáků uvádí, že na internetu tráví nejvíce času na sociálních sítích nebo hraním her.

Výzkumný předpoklad nebylo možné potvrdit.

Tento výzkumný předpoklad nebylo možné potvrdit, neboť hraní her se neukázalo jako jedna z nejčastějších aktivit. Potvrdilo ji pouze 38,0 % dotázaných. Trávení času na sociálních sítích se však jako nejoblíbenější aktivita potvrdilo. Volný čas na internetu na sociálních sítích trávil celkem 58,5 % dotázaných respondentů. Druhou nejčastější aktivitou na internetu pak bylo vyhledávání informací (56,1 %) a třetí nejčastější poté komunikace s přáteli (53,7 %).

Výzkumný předpoklad 3: Více než polovina dotázaných žáků přiznává, že média mají vliv na to, jak tráví svůj volný čas.

Výzkumný předpoklad bylo možné potvrdit.

Celých 85,4 % dotázaných respondentů potvrdilo, že média mají vliv na to, jak tráví svůj volný čas. Ovšem více než polovina (52,2 %) dotázaných odpověděla, že se to děje jen občas. Je to pochopitelné, stále je zde rodina, škola či jiní činitelé, kteří mohou mít vliv na to, jak mladí lidé tráví svůj volný čas. Vždy média ovlivňují volný čas 8,3 % dotázaným respondentům. Také je možné zde zmínit, že 81,0 % dotázaných respondentů potvrdilo, že díky tomu, co prezentují média, upravují i své denní aktivity (např. chodí do kina, provozují aktivity, které se v médiích doporučují, chodí do restaurací, které byly doporučeny na internetu či v tisku aj.). Více než tři dotázaných respondentů dále také potvrdila, že média mají vliv na to, co nakupují (třetina pak dokonce uvedla, že je tomu tak vždy).

Výzkumný předpoklad 4: Více než polovina dotázaných žáků přiznává, že čas strávený s médii je u nich na úkor aktivně tráveného volného času.

Výzkumný předpoklad bylo možné potvrdit.

Více než polovina respondentů, konkrétně se jednalo o 63,5 % dotázaných, uvedla, že nebýt televize či internetu, tak by trávili volný čas aktivněji (procházky venku, sport apod.). Navíc v jedné z otázek déle více než tři čtvrtiny (85,4 %) respondentů potvrdili, že díky sledování televize nebo surfování po internetu či sociálních sítích odkládají jiné volnočasové aktivity (sportování, procházky, návštěvy divadel, kina).

Výzkumný předpoklad 5: Více než polovina dotázaných žáků přiznává, že na sobě sledují některé ze znaků závislosti na médiích.

Výzkumný předpoklad bylo možné potvrdit.

Skoro tři čtvrtiny dotázaných respondentů (71,2 %) uvedli, že jsou na některých seriálech nebo třeba na zpravodajství závislí a snaží se jejich vysílacím časům přizpůsobit a musí je vždy vidět. Vždy se to však stává jen 5,9 % respondentů a nejvíce respondentů zde odpověděli, že se jim to stává výjimečně (43,4 %). Dále pak více než tři čtvrtiny dotázaných respondentů (86,3 %) uvedli, že na sobě pozorují některé znaky závislosti na internetu (jako např. to, že první, co po probuzení dělají je, že kontrolují svůj profil na sociální síti, to samé po příchodu ze školy, o přestávkách, všude zjišťují, jestli je k dispozici hifi, musí být stále „online“ apod.)I zde však převažující odpověď byla, že se tomu tak děje výjimečně (43,9 %). Více než tři čtvrtiny dotázaných respondentů pak také potvrdilo, že někdy mívají pocit, že tráví čas raději na internetu než venku s kamarády, ale i zde častěji uváděli, že tomu tak je spíše výjimečně (40,0 %). Za pozitivní lze pak považovat alespoň fakt, že více než polovina dotázaných respondentů (57,1 %) negativně odpověděla na otázku, jestli mají někdy problém rozlišovat, co je realita a co ne (kvůli internetu).

5 DISKUZE

Realizovaný výzkum provedený u současných adolescentů se zaměřil na jejich zkušenosti s vlivem masových médií na jejich volný čas a volnočasové aktivity. Z dotazníkového šetření vyplynulo několik zajímavých skutečností a zjištění. Na základě zjištěných informací není pochyb o tom, že masová média představují významnou součást života mladých lidí. Prvním z podstatných výsledků je zajisté to, že mladí adolescenti tráví u masových médií během pracovního týdne více než hodinu a během víkendů a volných dní dokonce více než 3 hodiny denně. Málo nebylo ani těch, kteří přiznali, že u televize nebo na internetu sedí i 5 a více hodin za den. Tyto výsledky poměrně korespondují se závěry Hamříka a kol. (2012, s. 28-39) i Českého statistického úřadu (ČTK, 2017). Souhlasit je možné i se závěry Saka (2006) o tom, že mladí tráví z masových médií nejvíce času u televize a internetu.

Na druhou stranu však z výzkumu vyplynulo, že jednou z nejčastějších činností realizovanou na internetu jsou mimo sociální sítě, vyhledávání informací. Ne hraní her, jak bylo předpokládáno na základě výzkumu prezentované v teoretické části práce (Promenyceskespolecnosti.cz, 2016, s. 14-15). To představuje aktivitu, která může mladé jedince významně obohatit a vzdělávat. Na druhou stranu, informace, zejména ty prezentované na internetu, nemusí být vždy pravdivé. Machová, Kubátová a kol. (2016, s. 106) právě v této souvislosti upozorňovaly na to, že hlavně u mladších, kteří se zatím učí rozlišovat realitu od televizního obrazu či toho, co vidí na internetu, hrozí, že si utvoří falešný obraz skutečnosti, kterého by se následně jen špatně zbavovali. U masových médií navíc zakrňuje tvořivá představivost.

Za důležité zjištění lze dále považovat to, že mladí adolescenti potvrdili, že trávení volného času s masovými médii je u nich na úkor aktivně tráveného volného času. Potvrdili, že nebýt na internetu a televize, zřejmě by svůj volný čas trávili více aktivně. Takové tvrzení lze pokládat za nepříznivé a jeho důsledky u mladých na sebe nemusí nechat dlouho čekat. Hovoří o tom Machová, Kubátová a kol. (2016, s. 106), když zmiňují rizika pro zdravý fyzický vývoj, především potíže s pohybovým aparátem, související hlavně s dlouhodobým sezením, nebo sezením na špatné židli, v křesle, na posteli apod. Zmiňují dále rizika pro zrak, riziko vzniku nervových poruch a poruch spánku a významné je i riziko vzniku nadváhy a obezity. Jde o důvod navíc, proč u mladých lidí vzbuzovat

větší zájem o aktivní, a zejména pak smysluplné organizované trávení volného času. Jak totiž upozorňuje Bocan a kol. (2012, s. 89) v podstatě jakékoliv organizované trávení volného času lze pokládat za smysluplné a smysluplné trávení volného času působí preventivně ve vztahu k rozvoji sociálně patologického chování u mladých.

Nejčastější aktivitou na internetu bylo pro adolescenty trávení volného času na sociálních sítích. I zde lze spatřovat rizika. Podobně jako studie zahraničních autorů (Best, Manktelowac a Taylor, 2014, s. 27-36), kteří zjišťovali vlivy sociálních médií na život (respektive psychickou pohodu) mladých lidí v rámci studia mnoha provedených výzkumů, z nichž vyplynulo, že nejčastějšími negativními vlivy sociálních médií jsou sociální izolace, deprese a kyberšikana. Podobně pak O’Keeffe a Clarke-Pearson (2011, s. 800-804) uvádějí, že ne vždy představují sociální média vhodné a zdravé prostředí pro mladé jedince. Uvádějí pak zajímavý návrh, aby se na prevenci negativních vlivů sociálních médií, respektive řešení negativních zdravotních důsledků více zaměřovali pediatři a snažili se u mladých propagovat jejich zdravé užívání.

Navíc by v prevenci měli hrát důležitou roli zajisté i rodiče, kteří by navíc měli věnovat dostatek pozornosti tomu, co jejich děti na internetu dělají a jestli se u nich neprojeví již některé nepříznivé zdravotní důsledky užívání médií, jestli jejich dítě nevykazuje projevy kyberšikany (viz O’Keeffe a Clarke-Pearson, 2011, s. 800-804), nebo třeba znaky závislosti tak, jak to bylo sledováno v tomto výzkumu. Z toho totiž jasně vyplynulo, že samotní adolescenti přiznávají, že u sebe vnímají některé znaky závislosti na internetu nebo masových médiích obecně (znaky závislosti na seriálech, kde se mermomocí snaží přizpůsobit svůj volný čas jejich vysílacím časům, po probuzení jako první činnost kontrolují svůj profil na sociální síti, svůj volný čas tráví raději na internetu než s kamarády či venku apod.).

Za významné zjištění je možné dále považovat skutečnost, že v poslední otázce velká část respondentů potvrdila některé z nabízených rizikových činností, kterým se na internetu věnují. Skoro všichni potvrdili, že na internetu zveřejňují své osobní údaje, většina také fotografie a videa ze soukromého života. Takové činnosti ještě nemusejí být vždy problémové, ale rizikové jsou určitě, a to především u mladších jedinců, kteří nejsou dostatečně poučeni z rodiny či nejsou patřičně seznámeni se zásadami bezpečnosti na internetu. V důsledku toho může docházet k některým významným problémům, jako je zneužití identity, kyberšikana apod. (Chadima, 2014, s. 20-27).

Dotázaní adolescenti také uváděli, ačkoliv to byla méně než polovina, že někdy přestávají na internetu vnímat, co je a není realita. To může být značně rizikové. Jak totiž upozorňuje Chadima (2014, s. 20-27) je možné se setkat i s případy, pro které se budování jejich virtuálního profilu stává jedinou prioritou a rozvine se u nich závislost. Závislost na internetu je sice aktuálně poměrně nový problém, ovšem jeho důsledky mohou být pro jedince, ale i celé rodiny devastující (viz Musil, 2008, s. 40-41). Vzhledem k výsledkům tohoto výzkumu je tak opět nutné apelovat na zvýšení prevence jak v rodinách, tak i ve školách, kde může být dobrým způsobem v práci zmíněna mediální výchova. Jak totiž uvádí Machová, Kubátová a kol. (2016, s. 108), mediální výchova by žáky měla vybavit základní úrovní mediální gramotností.

ZÁVĚR

Předložená závěrečná práce se zabývala problematikou vlivu médií na trávení volného času současných adolescentů. Cílem práce bylo identifikovat míru vlivu masových médií na to, jak mladí lidé tráví svůj volný čas s tím, že hlavní role zde bude přikládána internetu a televizi, jakožto nejužívanějším masovým médiím v současnosti. Na základě všech výše uvedených skutečností lze konstatovat, že cíl práce byl splněn.

Pro naplnění cíle práce byl text rozdělen na dvě části. V první teoretické části se nacházely tři hlavní kapitoly. První kapitola se zabývala charakteristikou adolescence jako vývojového období, jelikož na adolescenty se měl zaměřit výzkum v rámci praktické části. Byl sledován jejich kognitivní, sociální a fyzický vývoj. Další kapitola vysvětlila pojem a charakteristiku masových médií. Pozornost se zaměřovala jak na jejich rozdělení, tak i jejich význam v současné společnosti, včetně rizik, které mohou představovat. Poslední kapitola teoretické části se věnovala otázce volného času, jeho vymezení, rozdělení, významu v životě mladých lidí a zaměřila se také na média jako jeden ze způsobů trávení volného času. Poté dotazníkového šetření u středoškoláků ze Zlína. Ti v něm byli dotazováni na způsoby trávení svého volného času a byl také sledován význam médií na to, jakým způsobem svůj volný čas tráví. Výstupem bylo vyhodnocení výzkumu a následná diskuze.

Z výzkumu vyplynulo, že masová média prezentují významnou část volného času adolescentů. Ti potvrzovali, že nejčastěji na internetu a u televize tráví během týdne více než hodinu denně a o víkendech, svátcích a volných dnech i více než 3 hodiny týdně. Nejčastěji jsou na sociálních sítích nebo vyhledávají různé informace. Také zároveň potvrdili, že masová média mají vliv na to, nakolik se věnují pohybové aktivitě (snižující vliv), ale ovlivňují třeba i to, jak tráví své denní aktivity, díky tomu, co prezentují média (např. návštěvy kin, restaurací apod.). Také se potvrdilo, že média mají vliv na to, co mladí nakupují. Část z nich se na internetu také seznamuje, tudíž lze shledávat míru vlivu i v utváření sociálních interakcí.

Negativními zjištěními bylo mimo míru vlivu a čas trávený na sociálních sítích i to, že adolescenti potvrzovali, že se na internetu chovají rizikově. Z toho důvodu byla v rámci diskuze zmiňována i některá doporučení na zvýšení preventivních aktivit v oblasti bezpečného pohybování se na internetu, zvýšení inklinace k pohybovým aktivitám

u mladých a další. To by se mělo odehrávat jak v rodinách, už od útlého věku dětí, tak i ve školách, jakožto další významné autoritě. Součástí prevence by mělo být i utváření správných hodnotových vzorů a vyvarování se vnímání médií jako jediného pravdivého určovatele skutečnosti.

Výsledná zjištění výzkumu se vztahují výhradně na vybraný vzorek respondentů a nelze je proto žádným způsobem zobecňovat pro většinovou populaci. Tato práce má především popisný charakter, avšak výsledky výzkumu mohou výrazně přispět k pochopení vlivu masových médií na to, jak současní mladí lidé tráví svůj volný čas.

6 BIBLIOGRAFICKÉ CITACE

- [1] BEDNÁŘ, V. Mediální komunikace pro management. Praha: Grada Publishing a.s., 2011. 153 s. ISBN 978-80-247-3629-7.
- [2] BEDNAŘÍK, P.; JIRÁK, J.; KÖPPLOVÁ, B. Dějiny českých médií: od počátku do současnosti. Praha: Grada Publishing a.s., 2011.
- [3] BOCAN, M. a kol. Děti v ringu dnešního světa: hodnotové orientace dětí ve věku 6 až 15 let. Praha: Národní institut pro další vzdělávání, 2012. 98 s. ISBN 9788087449240.
- [4] BLINKA, L. a kol. Online závislosti: online hry, sociální sítě a komunikace – pornografie a kybersex, gambling – konceptualizace a diagnostika – rizikové faktory, prevence a léčba. Praha: Grada Publishing, a.s., 2015. 200 s. ISBN 978-80-210-7975-5.
- [5] ČTK. Internet používají tři čtvrtiny Čechů. Mladí jsou online i přes 20 hodin týdně. [online]. 2017. [cit. 9–10–2018] Dostupný z: <https://www.blesk.cz/clanek/zpravy-udalosti/458715/internet-pouzivaji-tri-ctvrtiny-cechu-mladi-jsou-online-i-pres-20-hodin-tydne.html>.
- [6] GRIČOVÁ, A. Češi tráví na internetu nejvíc času googlováním, sociální sítě jsou až třetí. [online]. 2017. [cit. 9–10–2018] Dostupný z: <https://www.denik.cz/ekonomika/cesi-travi-cas-na-internetu-nejcasteji-vyhledavanim-socialni-site-jsou-az-treti-20170724.html>.
- [7] HÁJEK, B.; HOFBAUER, B.; PÁVKOVÁ, J. Pedagogické ovlivňování volného času. Praha: Portál. 2011. ISBN 978-80-262-0030-7.
- [8] HAMŘÍK, Z.; KALMAN, M.; BOBÁKOVÁ, D.; SIGMUND, E. Sedavý životní styl a pasivní trávení volného času českých školáků. In Tělesná kultura 2012, roč. 35, č. 1, s. 28-39.
- [9] HLUBINKOVÁ, Z. a kol. Psychologie a sociologie ekonomického chování. Praha: Grada Publishing a.s., 2008. 277 s. ISBN 9788024715933.
- [10] CHADIMA, A. Rizika komunikace v prostředí internetu. In AIP Scholari. 2014, 3(2), 20–27, ISSN 1805-613X.
- [11] CHRÁSKA, Miroslav, 2007. *Metody pedagogického výzkumu*. Praha: Grada. ISBN 80-247-1369-1.

- [12] JANIŠ, K.; SKOPALOVÁ, J. Volný čas seniorů. Praha: Grada, 2016. 160 stran. ISBN 978-80-247-5535-9.
- [13] JIRÁK, J.; KÖPPLOVÁ, B. Média a společnost: stručný úvod do studia médií. Praha: Portál, 2003.
- [14] JIRÁK, J.; ŠŤASTNÁ, L.; ZEZULKOVÁ, M. Mediální výchova jako průřezové téma podkladová studie – revidovaná verze. Praha: NUV. 2018. 24 s.
- [15] LANGMAJER, J.; KREJČÍŘOVÁ, D. Vývojová psychologie. Praha: Grada Publishing a.s., 2006. 368 s. ISBN 9788024712840.
- [16] MACHOVÁ, J.; KUBÁTOVÁ, D. a kol. Výchova ke zdraví: 2., aktualizované vydání. Praha: Grada Publishing, a.s., 2016. 312 s. ISBN 9788027109937.
- [17] MACH, J. Mladí se v angličtině zlepšují. Na internetu se naučí víc než ve škole. [online]. 2018. [cit. 9–10–2018] Dostupný z <https://www.novinky.cz/veda-skoly/473988-mladi-se-v-anglictine-zlepsuji-na-internetu-se-nauci-vic-nez-ve-skole.html>.
- [18] MCLUHAN, M.; CALDA, M; JIRÁK, J. Jak rozumět médiím: extenze člověka. Mladá fronta, 2011.
- [19] MCQUAIL, D. Úvod do teorie masové komunikace. Praha: Portál. 2009. 639 s. ISBN 978-80-7367-574-5.
- [20] MUSIL, J. *Úvod do sociální a masové komunikace*. Praha: Univerzita Jana Amose Komenského, 2008. 124 s. ISBN 978-80-86723-44-0.
- [21] NIELSEN-SOBOTKOVÁ, V. a kol. Rizikové a antisociální chování v adolescenci. Praha: Grada Publishing a.s., 2014. ISBN 978-80-247-4042-3.
- [22] PROKŮPEK, V. Význam masových médií. [online]. 2011. [cit. 11–9–2018] Dostupný z: <http://vaclavprokupek.pise.cz/4-vyznam-masovych-medii.html>.
- [23] PROMENYCESKESPOLECNOSTI.CZ. Jak Češi tráví volný čas? Výsledky 1. Ročníku výzkumu Proměny české společnosti 2015. 24 s. [online]. Praha: Sociologický ústav AV ČR 2016. [cit. 7–10–2018] Dostupný z: http://www.promenyceskespolecnosti.cz/aktuality/aktualita22/Jak_Cesi_travi_cas_TK_20-06-2016.pdf.

- [24] PTÁČEK, R.; KUŽELOVÁ, H. Vývojová psychologie pro sociální práci. Praha: Ministerstvo práce a sociálních věcí. 2013. ISBN – 978-80-7421-060-0.
- [25] SAK, P. Proměny volného času a zaostávání pedagogiky. [online]. 2006. [cit. 9–10–2018] Dostupný z:
http://www.insoma.cz/index.php?id=1&n=1&d_1=paper&d_2=2006_06a.
- [26] ŠERÁK, M. Zájmové vzdělávání dospělých. Vyd. 1. Praha: Portál, 2009. ISBN 978-80-7367-551-6.
- [27] URBAN, L.; DUBSKÝ, J., MURDZA, K. Masová komunikace a veřejné mínění. Praha: Grada Publishing a.s., 2011, 230 s. ISBN 9788024735634.
- [28] VÁGNEROVÁ, M. Vývojová psychologie. Dětství a dospívání. Praha: Karolinum Press, 2012. 536 s. ISBN 9788024621531.
- [29] VODÁKOVÁ, J. Volný čas dětí?: buď příliš kroužků nebo pasivita. Rodina a škola: časopis pro všechny rodiče a učitele, 2011, roč. 58, č. 10, s. 24. ISSN 0035-7766.

SEZNAM TABULEK

Tabulka 1 Věk respondentů.....	38
Tabulka 2 Pohlaví respondentů	39
Tabulka 3 Způsoby trávení volného času respondentů	40
Tabulka 4 Doba strávená s médii během pracovního týdne	42
Tabulka 5 Doba strávená u televize.....	43
Tabulka 6 Doba strávená u internetu a sociálních sítí.....	44
Tabulka 7 Počet hodin strávených denně o víkendech a svátcích s médii	45
Tabulka 8 Doba strávená denně o víkendech a svátcích u televize.....	46
Tabulka 9 Doba strávená denně o víkendech a svátcích u internetu.....	47
Tabulka 10 Nejčastější aktivity provozované respondenty na internetu	48
Tabulka 11 Názory na to, že většinu volného času respondentů tvoří média	50
Tabulka 12 Názory na to, že média ovlivňují způsoby trávení volného času respondentů	51
Tabulka 13 Vliv médií na denní aktivity respondentů	52
Tabulka 14 Vliv médií na nákupy respondentů.....	53
Tabulka 15 Zkušenosti respondentů s odkládáním jiných volnočasových aktivit kvůli médiím	54
Tabulka 16 Názory na to, že bez médií by respondenti trávili volný čas aktivněji.....	55
Tabulka 17 Zkušenosti se znaky závislosti na televizi u respondentů	56
Tabulka 18 Zkušenosti se znaky závislosti na internetu u respondentů	57
Tabulka 19 Zkušenosti s upřednostňováním internetu před trávením volného času venku či s kamarády	58
Tabulka 20 Zkušenosti s upřednostňováním seznamování se na internetu než reálně.....	59
Tabulka 21 Zkušenosti s neschopností rozlišovat, co je realita a co ne	60
Tabulka 22 Zkušenosti s nebezpečnými činnostmi prováděnými respondenty	61

SEZNAM GRAFŮ

Graf 1 Vývoj volnočasových aktivit mládeže, od roku 1982 do roku 2005, věková skupina 15 - 18 let, škála 1-5, 1-nikdy, 5-denně (Sak, 2006).....	30
Graf 2 Věk respondentů	38
Graf 3 Pohlaví respondentů	39
Graf 4 Způsoby trávení volného času respondentů.....	40
Graf 5 Doba trávená s médii během pracovního týdne.....	42
Graf 6 Doba strávená u televize.....	43
Graf 7 Doba strávená u internetu a sociálních sítí	44
Graf 8 Počet hodin strávených denně o víkendech a svátcích u televize.....	45
Graf 9 Doba strávená denně o víkendech a svátcích u televize.....	46
Graf 10 Doba strávená denně o víkendech a svátcích u internetu	47
Graf 11 Nejčastější aktivity provozované respondenty na internetu	48
Graf 12 Názory na to, že většinu volného času respondentů tvoří média.....	50
Graf 13 Názory na to, že média ovlivňují způsoby trávení volného času respondentů.....	51
Graf 14 Vliv médií na denní aktivity respondentů.....	52
Graf 15 Vliv médií na nákupy respondentů	53
Graf 16 Zkušenosti respondentů s odkládáním jiných volnočasových aktivit kvůli médiím	54
Graf 17 Názory na to, že bez médií by respondenti trávili volný čas aktivněji.....	55
Graf 18 Zkušenosti se znaky závislosti na televizi u respondentů.....	56
Graf 19 Zkušenosti se znaky závislosti na internetu u respondentů	57
Graf 20 Zkušenosti s upřednostňováním internetu před trávením volného času venku či s kamarády	58
Graf 21 Zkušenosti s upřednostňováním seznamování se na internetu než reálně.....	59
Graf 22 Zkušenosti s neschopností rozlišovat, co je realita a co ne	60
Graf 23 Zkušenosti s nebezpečnými činnostmi prováděnými respondenty.....	61

SEZNAM PŘÍLOH

Příloha I: Dotazník	76
----------------------------------	-----------

Příloha I: Dotazník

Dotazník:

Dobrý den,

jmenuji se Lenka Vašáková. Jsem studentkou magisterského studijního programu oboru „Učitelství odborných předmětů pro zdravotnické školy“ a ráda bych Vás požádala o vyplnění tohoto dotazníku, který bude ve svém obsahu zjišťovat Váš vztah a názory na současná média a volný čas.

Dotazník je naprosto anonymní, jeho výsledky budou použity pro moji diplomovou práci, tudíž jej prosím vyplňte pravdivě. Není-li u otázky uvedeno jinak, vyberte vždy pouze jednu odpověď.

Předem Vám děkuji za vyplnění, ochotu a spolupráci.

Lenka Vašáková

1. Věk:

- a) 15–16
- b) 17-18
- c) 19-20

2. Pohlaví:

- a) dívka
- b) chlapec

3. Jak trávíte svůj volný čas (můžete vybrat více možností)?

- a) sportováním
- b) docházím do zájmového kroužku
- c) jsem členem nějakého volnočasového klubu
- d) procházky se psem
- e) hraji na hudební nástroj
- f) čtu si
- g) kino, divadlo
- h) sleduji televizi
- i) nedělám nic, nudím se
- j) na internetu
- k) jsem s kamarády venku
- l) nakupuji
- m) cvičím sám/a doma
- n) jinak.....

4. Kolik času denně (v pracovním týdnu) strávíte sledováním, posloucháním, čtením apod. různých médií (televize, rádio, internet, noviny)?

- a) žádný
- b) do 1 hodiny denně
- c) mezi 1 až 3 hodinami
- d) mezi 3 až 5 hodinami denně
- e) více jak 5 hodin denně

5. Kolik času z toho tvoří sledování televize?

- a) žádný
- b) menšinu
- c) zhruba polovinu
- d) většinu
- e) všechn

6. Kolik času z toho tvoří internet a sociální sítě?

- a) žádný
- b) menšinu
- c) zhruba polovinu
- d) většinu
- e) všechn

7. Kolik času denně (o víkendech, prázdninách, svátcích) strávíte sledováním, posloucháním, čtením apod. různých médií (televize, rádio, internet, noviny)?

- a) žádný
- b) do 1 hodiny denně
- c) mezi 1 až 3 hodinami
- d) mezi 3 až 5 hodinami denně
- e) více jak 5 hodin denně

8. Kolik času z toho tvoří sledování televize?

- a) žádný
- b) menšinu
- c) zhruba polovinu
- d) většinu
- e) všechn

9. Kolik času z toho tvoří internet a sociální sítě?

- a) žádný
- b) menšinu
- c) zhruba polovinu
- d) většinu
- e) všechn

10. Co na internetu nejčastěji děláte (můžete vybrat více možností)?

- a) vyhledávám informace
- b) hraju hry
- c) jsem na sociálních sítích
- d) komunikuji s přáteli
- e) tvořím vlastní webové stránky
- f) bloguji
- g) sleduji filmy, videa, poslouchám hudbu
- h) učím se
- i) jiné.....
- j) nic

11. Můžete potvrdit, že média (televize, internet aj.) naplňují většinu Vašeho volného času?

- a) určitě ano
- b) spíše ano
- c) spíše ne
- d) určitě ne

12. Můžete potvrdit, že Vás média ovlivňují v tom, jak trávíte volný čas (děláte to, co je zrovna podle Instagramu, Facebooku „in“ – natáčíte videa na YouTube, cvičíte aj.)?

- a) vždy
- b) občas
- c) výjimečně
- d) vůbec

13. Můžete potvrdit, že díky tomu, co prezentují média, upravujete své denní aktivity (např. navštěvujete kina, děláte činnosti, která se v médiích doporučují, chodíte do restaurací, které byly doporučeny na internetu či v tisku aj.)?

- a) vždy
- b) občas
- c) výjimečně
- d) vůbec

14. Můžete potvrdit, že Vaše nákupy (např. oblečení, kosmetiku, elektroniku, mobily aj.) ovlivňují média a to, co se v nich prezentuje?

- a) vždy
- b) občas
- c) výjimečně
- d) vůbec

15. Stává se Vám, že díky sledování televize, nebo surfování na internetu či sociálních sítích odkládáte jiné volnočasové aktivity (sportování, procházky, návštěvy divadel, kina)?

- a) vždy
- b) občas
- c) výjimečně
- d) vůbec

16. Domníváte se, že nebýt televize či internetu, tak byste trávil/a volný čas aktivněji (procházky venku, sport apod.)?

- a) určitě ano
- b) spíše ano
- c) spíše ne
- d) určitě ne

17. Pozorujete na sobě, že jste např. na některých seriálech, nebo třeba na zpravodajství závislý/á a snažíte se jejich vysílacím časům přizpůsobit a musíte je vždy vidět?

- a) vždy
- b) občas
- c) výjimečně
- d) vůbec

18. Pozorujete na sobě některé znaky závislosti na internetu (první co po probuzení uděláte, tak kontrolujete svůj profil na sociální síti, to samé po příchodu ze školy, o přestávkách, všude zjišťujete, jestli je k dispozici wifi, musíte být stále „online“ apod.)?

- a) vždy
- b) občas
- c) výjimečně
- d) vůbec

19. Máte někdy pocit, že na internetu trávíte čas raději než s kamarády nebo někde venku?

- a) vždy
- b) občas
- c) výjimečně
- d) vůbec

20. Seznamujete se raději na internetu než v realitě (ve škole apod.)?

- a) vždy
- b) občas
- c) výjimečně
- d) vůbec

21. Máte někdy pocit, že přestáváte rozlišovat, co je realita, a co je jen virtuální skutečnost?

- a) vždy
- b) občas
- c) výjimečně
- d) vůbec

22. Můžete potvrdit, že na internetu děláte některé z uvedených činností (můžete vybrat více možností)?

- a) zveřejňuji své osobní údaje (jméno, příjmení aj.)
- b) zveřejňuji své fotografie a videa ze svého života
- c) zveřejňuji své choulostivé fotografie
- d) seznamuji se online
- e) navštěvuji nezabezpečené stránky s pochybným obsahem

Děkuji za vyplnění dotazníku a přeji hezký zbytek dne.

ANOTACE

Jméno a příjmení:	Lenka Vašáková
Katedra:	Katedra antropologie a zdravotní vědy
Vedoucí práce:	doc. Mgr. Štefan Chudý, Ph.D.
Rok obhajoby:	2019

Název práce:	Vliv masové komunikace na volnočasové aktivity u žáků středních škol
Název v angličtině:	Mass Communication Influence on Leisure Time Activities with High School Students
Anotace práce:	Předkládaná diplomová práce za pomoci strukturovaného dotazníku definuje míru vlivu masových médií na volný čas žáků středních škol. Teoretický úsek práce je věnován charakteristice vývojového období, vymezení pojmu a rozdělení masových médií a dále se zaměřuje na způsob trávení volného času. V praktické části práce jsou výzkumné hypotézy ověřeny pomocí dotazníkového šetření, metodou kvantitativního výzkumu.
Klíčová slova:	Média, masová komunikace, mediální výchova, volný čas, žáci středních škol
Anotace v angličtině:	This thesis defines the degree of impact of the mass media on the leisure time of students who attend high schools, with the help of the structured questionnaire. The theoretical section is devoted to the characteristic of the evolution period, the definition of the term and the selection of the mass media, and specializes on how students spend their leisure time. The practical section consists of the research hypotheses, which are verified via survey, with the method of the quantitative research.
Klíčová slova v angličtině:	Media, mass communication, medial education, leisure time, high school pupils
Přílohy vázané v práci:	Dotazník
Rozsah práce:	81 stran včetně příloh
Jazyk práce:	Český jazyk