



Zdravotně
sociální fakulta
Faculty of Health
and Social Sciences

Jihočeská univerzita
v Českých Budějovicích
University of South Bohemia
in České Budějovice

Hodnocení mediálního obrazu seniorů ve městě Čáslavi

DIPLOMOVÁ PRÁCE

Studijní program:

MANAGEMENT SOCIÁLNÍ PRÁCE V ORGANIZACÍCH

Autor: Bc. Dita Matoušková

Vedoucí práce: doc. PhDr. Adéla Mojžíšová Ph.D.

České Budějovice 2021

Prohlášení

Prohlašuji, že svoji diplomovou práci s názvem „*Hodnocení mediálního obrazu seniorů ve městě Čáslavi*“ jsem vypracovala samostatně pouze s použitím pramenů v seznamu citované literatury.

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

V Českých Budějovicích dne 10.5.2021

.....
Dita Matoušková

Poděkování

Ráda bych touto cestou poděkovala vedoucí diplomové práce doc. PhDr. Adéle Mojžíšové, Ph.D. za odborné vedení, cenné rady, nápady a připomínky, které mi během psaní diplomové práce poskytla. Poděkování patří také všem respondentům, kteří se stali součástí mé výzkumné části.

Hodnocení mediálního obrazu seniorů ve městě Čáslavi

Abstrakt

Tato diplomová práce se zabývá tím, jaký mediální obraz média o seniorech vytváří, a jak tento mediální obraz poté vnímají ostatní věkové kategorie. Cílem práce bylo zjistit, jak hodnotí obyvatelé města Čáslavi mediální obraz seniorů ve společnosti.

V teoretické části práce se zaměřuji na vysvětlení pojmů stárnutí a stáří. Jelikož se tato práce zabývá seniory, pokládám za důležité vysvětlení základního pojmu senior, a k tomu přidávám vědy, které se zabývají procesem stárnutí a stáří, tedy gerontologie a geriatrie. Dále také zmiňuji stereotypy a mýty spojené se stářím. V další části teoretické práce se věnuji vysvětlení pojmů mediální obraz, masová média, jejich dělení a funkce. Dále jsem se také zaměřila na popis současného obrazu stáří ve společnosti, a také na působení médií na veřejnost. V poslední části teoretické práce jsem popisovala témata týkající se seniorů a politiky stárnutí. Dále popisuji aktivní stárnutí populace, strategické dokumenty a akční plány, které se vztahují ke stárnutí.

K dosažení cíle práce byla použita kvantitativní výzkumná strategie, kdy metoda sběru dat byla provedena dotazováním na základě vlastního dotazníku. Výzkumný soubor tvořili obyvatelé města Čáslavi, ve věkovém rozmezí od 18 do 64 let. Celkem jsem získala dotazníky od 273 respondentů. Získaná data byla zpracována pomocí popisné statistiky v programu MS Excel, následné vyhodnocení hypotéz proběhlo v programu SPSS, kde byl použit Chi-kvadrát test neboli test dobré shody a dále pomocí četností.

Domnívám se, že tento výzkum by mohl otevřít další možnosti diskuze o vyobrazování reálného obrazu seniorů laické i odborné veřejnosti. Získané výsledky by mohly rozpoutat společenskou debatu zaměřenou na etické aspekty současného moderního způsobu, kterým média informují o tématech týkajících se seniorů. Dále by práce mohla pomoci podkrýt případné nové způsoby stereotypizace a popsat, zda média předsudky o početné a stále vzrůstající skupině seniorů podporují, či nikoliv.

Klíčová slova

Stárnutí; stáří; sociální práce se seniory, ageismus; mediální obraz; masová média; senioři a politika stárnutí; aktivní stárnutí.

Evaluation of the media image of seniors in the town of Čáslav

Abstract

This diploma thesis deals with how old people are presented in the media, and how this media image is then perceived by other age groups. The aim of the work was to find out how the inhabitants of the town of Čáslav evaluate the media image of seniors in society. In the theoretical part of the work I focus on explaining the concepts of aging and old age.

Since this work deals with seniors, I consider it an important explanation of the basic concept of senior, and I add to this the sciences that deal with the process of aging and old age, here gerontology and geriatrics. I also mention stereotypes and myths associated with old age. In the next part of the theoretical work, I explain the concepts of media image, mass media, their division and function. I also focused on the description of the current picture of old age in society, as well as on the impact of the media on the public. In the last part of the theoretical work, I described topics related to seniors and the policy of aging. I also describe the active aging of the population and the strategic documents and action plans that relate to aging.

To achieve the goal of the work, a quantitative research strategy was used, where the method of data collection was performed by questioning on the basis of their own questionnaire. The research group consisted of residents of the town of Čáslav, in the age range from 18 to 64 years. In total, I received questionnaires from 273 respondents. The obtained data were processed using descriptive statistics in MS Excel, the subsequent evaluation of hypotheses took place in SPSS, where the Chi-square test or goodness-of-fit test was used, and also using frequencies.

I believe that this research could open up further opportunities for discussion about depicting the real image of seniors to the lay and professional public. The obtained results could trigger a social debate focused on the ethical aspects of the current modern way in which the media inform about topics related to seniors. Furthermore, the work could help uncover possible new ways of stereotyping and describe whether or not the media support prejudices about a large and growing group of seniors.

Key words

Aging; age; social work with seniors, ageism; media image; mass media; seniors and aging policy; active aging.

Obsah

Úvod	9
1 Teoretická východiska	11
1. Stárnutí a stáří	11
1.1 Definování základních pojmů.....	12
1.1.1 Stárnutí.....	12
1.1.2 Stáří.....	13
1.1.3 Periodizace stáří.....	13
1.1.4 Senior	15
1.1.5 Gerontologie	16
1.1.6 Geriatrie	17
1.2 Stáří z pohledu sociální práce.....	17
1.2.1 Sociální práce se seniory.....	18
1.2.2 Role sociálního pracovníka.....	20
1.2.3 Sociální služby pro seniory.....	21
1.3 Stáří jako společenský fenomén	23
1.3.1 Stereotypy a mýty o stáří	23
1.3.2 Ageismus	25
2. Mediální obraz	27
2.1 Masová média.....	27
2.2 Funkce médií	29
2.3 Mediální obraz.....	30
2.4 Teorie nastolování agendy.....	31
2.5 Mediální gramotnost.....	32
2.5.1 Výzkumná šetření mediální gramotnosti	33
2.6 Média a senioři	35
2.7 Obraz stáří ve společnosti.....	35

2.7.1 České a zahraniční studie.....	36
2.7 Působení médií na veřejnost.....	38
3. Senioři a politika stárnutí	39
3.1 Demografické stárnutí	40
3.1.1 Prognóza demografického vývoje v České republice do roku 2100	41
3.2 Aktivní stárnutí.....	41
3.3 Vybrané strategické dokumenty a akční plány.....	43
3.4 Sociální služby města Čáslavi	45
2 Cíl práce a hypotézy	46
2.1 Cíl práce	46
2.2 Výzkumné otázky.....	46
2.3 Hypotézy	46
2.4 Operacionalizace pojmů.....	46
3 Metodika práce	48
3.1 Použitá metoda a technika sběru dat	48
3.2 Vytvoření dotazníku.....	48
3.3 Charakteristika výzkumného souboru.....	48
3.4 Proces sběru dat.....	49
3.5 Metoda vyhodnocení dat	49
3.6 Etika výzkumu	50
4 Výsledky.....	51
4.1 Popisná statistika.....	51
4.2 Statistické zpracování hypotéz.....	66
5 Diskuze.....	75
6 Závěr	84
7 Seznam literatury.....	86
8 Seznam příloh.....	95
9 Seznam zkratk	99

„Každý chce žít dlouho, ale nikdo nechce být starý.“

Jonathan Swift

Úvod

Stárnutí a stáří jsou plnohodnotná období života. Vlastní vyrovnání se s procesem stárnutí je prvním a zásadním krokem ke spokojenému dalšímu životu. Stárnutí populace je jedním z velmi diskutovaných témat poslední doby a zároveň jedním z nejvýznamnějších demografických problémů moderní společnosti.

Celosvětovým fenoménem 21. století je akcelerace demografického stárnutí populace. Výsledkem tohoto procesu je skutečnost, že senioři tvoří větší část společnosti než kdykoliv předtím. Současným trendem, nejen v České republice, je nárůst počtu seniorů ve společnosti. Počet osob ve věku nad 80 let stále stoupá a postupem času bude počet seniorů stále více přibývat. Tento nárůst způsobuje mnoho různých faktorů, které prodlužují dobu dožití. Jedná se například o vývoj nových léčebných postupů a metod, rozvoj farmakoterapie ale také snižování počtu nově narozených dětí. Souhrn těchto faktorů vede k nárůstu počtu seniorů v populaci.

Stárnutí a stáří je často charakterizováno jako období ztrát spojené s mnoha negativními stereotypy, které způsobují, že seniorům je v současné společnosti přiřazováno stigma nepotřebnosti a bezcennosti. Tato stigmatizace má dopad nejen na formování postojů společnosti ke starší generaci, ale také na postoje jedinců k jejich vlastnímu stáří a stárnutí.

Z výše uvedeného vyplývá, že senioři rozhodně nejsou zanedbatelnou skupinou obyvatel a je jim nutno věnovat patřičnou pozornost. V důsledku zvyšování věkového průměru se zvyšuje také zájem o sociální a zdravotní služby určené pro seniory. Existuje mnoho penzistů, kteří jsou i v důchodovém věku plně aktivní, pečují o sebe z hlediska fyzického ale i psychického. Ovšem ne všichni senioři tuto možnost mají. Stává se, že starý člověk je někdy odsouván do pozadí, není mu věnována pozornost, respekt či úcta, nebo je ze zdravotních důvodů přemístěn do zdravotnického či sociálního zařízení. Samozřejmě je doporučována péče v rámci rodiny, ale ne vždy je to možné. Odmítá-li rodina věnovat svou péči starému člověku, musí dojít k umístění seniora do vhodného sociálního zařízení, nebo k zajištění hospitalizace. Z těchto důvodů musí brát sociální pracovníci zřetel na individualitu každého seniora a vykonávat práci tak, aby byla šita na míru

jednotlivým klientům a pokud možno byly využity veškeré dostupné sociální služby i metody. Využití specifických dovedností, metod či služeb při sociální práci může přinést užitek nejen sociálním pracovníkům, ale především klientům.

Obraz seniorů se v České republice nedaří příliš zlepšovat. Společnost stále seniory vnímá spíše jako příjemce pomoci a dávek. Problematika postavení seniorů ve společnosti a jejich kvality života v postproduktivním věku je aktuální a v dnešní době stále více diskutovaná vzhledem k celkovému stárnutí populace, a to především v hospodářsky vyspělých zemích. Česká populace, stejně jako populace většiny zemí stárne a s velkou pravděpodobností i nadále stárnout bude. Tento fakt, tzv. demografické stárnutí, je ale vnímán především negativně, a to i vinou stereotypů, které se ke stárnutí a stáří vážou. Postoje většinové populace k seniorům jsou kromě jiných faktorů ovlivňovány i působením médií, jež hrají ve společnostech pozdní doby klíčové činitele podílející se na konstrukci sociální reality. Média působí na společnost už jen volbou témat, kterým se věnují. Je to však i mediální obraz stáří a stárnutí, který může buď potvrzovat, ale také vyvracet a bojovat proti již zažitým stereotypům.

1 Teoretická východiska

Teoretická část práce se zaměřuje na výklad základních pojmů, jako je stárnutí a stáří, periodizace stáří, a dále také vysvětlení pojmu senior. Část práce je věnována tématu stáří z pohledu sociální práce, kdy je zde popsána sociální práce se seniory a také jaké sociální služby jsou pro seniory dostupné. Dále v teoretické části práce najdeme vysvětlení pojmu mediální obraz, základní charakteristiku masových médií a také jaký je mediální obraz seniorů ve společnosti. Poslední kapitola teoretické části je zaměřená na politiku stárnutí, která se zabývá pojmy demografické a aktivní stárnutí. Tyto pojmy jsou dále východiskem pro praktickou část práce.

1. Stárnutí a stáří

Na cílovou skupinu této práce je možné nahlížet rozdílnými pohledy, a proto je těžké najít přesnou definici, či přesnou věkovou kategorizaci. Je také patrné, že takové vymezení nebude nikdy přesné z důvodu posouvání hranice střední délky života.

Otázky týkající se tajemství lidského života, smrti, stáří a stárnutí provázely lidstvo odpradáva, a také v současné době je stárnutí populace celosvětovou záležitostí a nevyhne se ani České republice (Dvořáčková, 2012).

Příbyl (2015) popisuje stáří a stárnutí tak, že stáří je konečnou etapou života, zatímco stárnutí je fyziologický proces a nikdo živý se mu nemůže vyhnout. Čevela et al., (2014) dále uvádí, že stáří je důsledkem stárnutí a má své charakteristiky týkající se vzhledu, funkčního stavu, sociálních rolí, společensko-ekonomického postavení, věku, naděje dalšího dožití a také může nabývat různých podob, na kterých se podílí mnoho faktorů. Autor uvádí, že se jedná například o generickou dispozici, vliv prostředí, životní způsob, psychické charakteristiky jedince, úrazy či různá onemocnění. Období stárnutí a stáří je všeobecně pojímáno a chápáno negativně a s obavami, protože obavy a negativní očekávání vedou také ke strachu z ponížení, ke ztrátě lidské důstojnosti a ztrátě respektu především při nesoběstačnosti (Malíková, 2020). Protože stárnutí může probíhat různým způsobem a stáří může nabývat různých podob, na nichž se podílí různé faktory (genetická dispozice, vlivy prostředí, životní způsob, choroby a úrazy), je možné a nezbytné hledat formy úspěšného stárnutí, zdravého, aktivního, funkčně zdatného, spokojeného stáří a vytvářet pro ně vhodné podmínky (Čevela et al., 2014).

1.1 Definování základních pojmů

V této teoretické části se budu věnovat vysvětlování základních pojmů, jako je stárnutí, stáří, a dále také vymezení periodizace stáří. Jelikož se tato práce zabývá seniory, pokládám za důležité vysvětlení základního pojmu senior, a k tomu přidávám vědy, které se zabývají procesem stárnutí a stáří, tady gerontologie a geriatrie. Pokládám za důležité, zde také uvést stáří z pohledu sociální práce a s tím spojenou roli sociálního pracovníka. Dále také zmiňuji stereotypy a mýty spojené se stářím. Tato kapitola je zakončená pro nás skrytým či otevřeným bojem proti seniorům, kdy stále více do popředí vystupuje fenomén ageismu.

1.1.1 Stárnutí

Pojem stárnutí označuje souhrn změn ve struktuře a funkcích organismu, které se projevují zvýšenou zranitelností a sníženou výkonností jedince (Dvořáčková, 2012). Stárnutí je obecně považováno za jev, který sebou nese zvýšenou potřebu péče, především ve značně pokročilém věku, kdy se ve stáří objevují chronické nemoci, se kterými nastává zvýšená závislost seniora na pomoci druhých, ale i zvýšená potřeba léčiv, zdravotní péče a zvýšená potřeba sociálních služeb (Ondrušová, 2017). K této zvýšené potřebě péče dochází v důsledku změn, které jsou se stářím spojené (Mlýnková, 2011). Ondrušková a Krahulcová (2020) definují stárnutí jako neodvratný, celoživotní biologický proces, na jehož konci je stáří.

Příbyl (2015) stárnutí dělí na fyziologické, patologické a terciální:

- fyziologické stárnutí: je provázáno přirozenými projevy souvisejícími s věkem, kdy se vytváří typický obraz – stařecký fenotyp;
- patologické stárnutí: je chápáno jako stárnutí chorobné, kdy je proces stárnutí urychlen;
- terciální stárnutí: bývá spojováno s umíráním a rychlým tělesným úpadkem.

Důvodů, proč dochází k trendu stárnutí populace, je hned několik, a jedná se zejména o: klesající porodnost, snižující se úmrtnost ve všech věkových kategoriích v důsledku lepší zdravotní péče, pokles kojenecké úmrtnosti, prodlužování střední délky života, snížení chudoby, sociální rozvoj, zlepšení životních i pracovních podmínek, pokrok v medicíně a větší záchrana lidských životů (Malíková, 2011).

1.1.2 Stáří

Vymezení pojmu stáří je velmi obtížné, v odborné literatuře můžeme nalézt mnoho definicí, které na stáří nahlíží z hlediska odlišných projevů (Dvořáčková, 2012). Arnoldová (2015) uvádí, že stáří je relativní pojem, projevuje se významnými biologickými, psychickými a sociálními změnami. Dále autorka uvádí, že velký význam má seberegulace, která není možná bez sebeuvědomění, sebepoznání, sebekoncepcie a sebekritiky. Stáří označuje pozdní fázi ontogeneze, kdy se projevují involuční změny, zhoršuje se odolnost organismu a jeho adaptační schopnost (Dvořáčková, 2012). Stáří je důsledek stárnutí, pozdní fáze přirozeně dlouhého života, která má své charakteristiky, mezi které patří vzhled, funkční stav, společensko-ekonomické postavení, sociální role, věk a naděje dožití (Čevela et al., 2014).

Stáří bývá vnímáno spíše negativně z důvodu ztráty možností a radostí života, dále také kvůli ztrátě optimismu, naděje a nastávajících omezení (Malíková, 2011). Autorka dále dodává, že lidé si při zmínce o stáří představují osobu nesoběstačnou, neschopnou samostatného života, závislou na pomoci jiné osoby při každodenních činnostech, která by měla být umístěna do ústavní péče. Stáří, jako životní etapa člověka, je ohraničeno dvěma časovými body, kdy horní věková hranice je vymezena smrtí a spodní věková hranice se odvíjí podle jevů a procesů, které tvoří stáří, a objevují se postupně (Sak a Kolesárová, 2012). Autoři dále uvádí, že souhrn těchto procesů a jevů tvoří stáří, kdy každý proces či jev má svůj vlastní čas, kdy začíná na člověka individuálně působit a jejich časový výskyt ovlivňují genetické predispozice člověka, dále životní historie a společenské a kulturní faktory. Stáří je ve společnosti ztotožňováno s nemocemi, tělesnou slabostí, zranitelností, senilitou, chudobou, osamělostí a odkázaností na ústavy sociální péče, kdy z důvodu těchto představ dochází ke stigmatizaci seniorů a stáří, kdy se znehodnocuje jejich sociální status a bohužel se také snižuje prestiž sociální a zdravotní péče o seniory (Vidovičová et al., 2014).

1.1.3 Periodizace stáří

Pokud chceme vymezit problematiku stáří na základě periodizace stáří, tedy ve kterém věku je člověk starý, můžeme najít hned několik periodizací stáří. Různí autoři dělí stáří jinak. V současné době není jednotná periodizace stáří jako životního období.

Sak a Kolesárová (2012) popisují tři „věky“, které určují podle velkých částí populace hranici seniorského věku:

- první hranicí je 60 let – v tomto věku se stává člověk seniorem podle 45 % populace;
- druhá, méně častá hranice je 65 let – v tomto věku člověk vstupuje do seniorského věku podle 23 % populace;
- třetí hranicí je 70 let – v tomto věku se člověk stává seniorem podle 16 % populace.

Často uplatňovanou a používanou klasifikací, je klasifikace stáří podle Světové zdravotnické organizace (dále také WHO), která dělí stáří na tři etapy:

- 60-74 let – vyšší věk nebo také rané stáří;
- 75-89 let – vysoký, stařecký věk;
- 90 let a výše – dlouhověkost (Příbyl, 2014).

Příbyl (2015) se s ohledem na zlepšující se zdravotní a funkční stav stárnoucí populace přiklání k členění na:

- 65-74 let: mladí senioři;
- 75-84 let: staří senioři;
- 85 a více let: velmi staří senioři.

Nejčastějším ukazatel přiřazení člověka k seniorské populaci se stává odchod do penze, i když se v různých státech důchodový věk různí, princip označení člověka za seniora na základě jeho ukončení pracovní kariéry z důvodu věku je stejný (Haškovcová 2010). Autorka dále uvádí, že s oddalováním penze přichází i tendence ke zvýšení seniorského věku, a to na 65 let.

Pro mnoho lidí je však stáří jedním z nejkrásnějších životních období, protože mají volný prostor k realizaci všeho, co zatím v životě z různých důvodů nestihli, a pokud tedy člověk umí využít šanci každého dne, umí i zdravě a pohodově stárnout (Malíková, 2020).

Oddálit stáří bylo snem mnoha generací, už v minulosti lidé hledali elixíry života, které by jim pomohly udržet mládí a zastavily by přicházející stáří (Haškovcová, 2012). Vznikl dokonce nový medicínský obor – antiageing medicína, která je zaměřená na boj proti

stárnutí a stáří. Golková (2010) popisuje anti-ageing medicínu jako lékařskou specializaci, jejímž cílem je dosáhnout co nejlepšího možného zdravotního stavu člověka a zároveň co nejvíce zpomalit proces stárnutí organismu. Haškovcová (2012) doplňuje, že oprávnění odborníci na anti-ageing medicínu nabízejí zájemcům z řad starších lidí zpomalení procesu stárnutí tím, že jim doporučují konzumaci vitamínů, nejrozmanitějších doplňků stravy a populárních antioxydantů, o nichž i laická veřejnost ví, že přispívají k prevenci vzniku obávaných nádorových onemocnění.

1.1.4 Senior

V úvodních kapitolách jsem se věnovala pojmům stárnutí a stáří a také jsem nastínila periodizaci stáří. Vzhledem k tomu, že se tato práce zabývá mediálním obrazem seniorů a hlavním klíčovým pojmem je tedy slovo senior, ráda bych se v této kapitole věnovala také jeho definici.

Pojem „senior“ není v naší legislativě ani v odborné literatuře jednoznačně vymezen a používá se jako synonymum pro označení starého člověka, respektive poživatele starobního důchodu, to ale není zcela přesné a může to být dokonce i zavádějící (Špatenková a Smékalová, 2015). Pojem „senior“ je preferován jako emocionálně neutrální a označující člověka v celém věkovém období sénia (Příbyl, 2015). Ve skutečnosti to ale tak není, naše společnost není zvyklá používat tento pojem jako neutrální, nebo dokonce mající pozitivní konotaci. Jaroševská a Roule (2013) konstatují, že pojem senior vytlačil dříve oficiálně používaný pojem důchodce, který se tak ve společenském vnímání zužuje na termín spojený s příjemcem penze a je čím dál tím častěji vnímán jako nekorektní. Příbyl (2015) upozorňuje, že označit starého člověka jako důchodce je zcela nevhodné, protože se nabízí, aby takto byl vnímán člověk pobírající dávku důchodového pojištění, kterých je hned několik (starobní důchod, vdovský a vdovecký důchod, sirotčí důchod a invalidní důchod).

Věkové kategorie se liší několika různými způsoby (Malíková, 2011). Definice pojmu senior je vnímána značně variabilně z důvodu intraindividuálních odlišností, kdy se nižší výkonnost v jedné oblasti může projevit nárůstem schopností v jiné oblasti (Hrozenková a Dvořáčková, 2013). Haškovcová (2012) definuje seniora jako staršího člověka, ale také nejstaršího a zpravidla nejváženějšího člena nějakého společenství.

Dle Příbyla (2015) můžeme z hlediska funkční zdatnosti seniorskou populaci členit dle následující klasifikace:

- elitní – senioři, kteří jsou schopni podávat extrémní výkony i ve vysokém věku;
- zdatní – jsou v dobré tělesné i duševní kondici, pravidelně se věnují pracovním a sportovním aktivitám;
- nezávislí – jsou soběstační v běžných životních nárocích, ale odolnost a adaptabilitu mají nižší;
- křehcí – mívají problémy s aktivitami denního života, kdy občas potřebují pružnou intervenci (pečovatelská služba);
- závislí – s nízkým potenciálem zdraví, vyžadující podporu a pomoc druhé osoby;
- zcela závislí – senioři, kteří jsou zpravidla upoutaní na lůžko, nebo senioři s pokročilým stadiem demence vyžadující trvalou péči a dohled;
- umírající – příjemci paliativní péče.

Populace starých lidí bývá často vnímána jako homogenní skupina, ale jedná se o heterogenní skupinu, kdy se senioři mezi sebou vzájemně liší věkem, zdravotním stavem, funkčními schopnostmi, ekonomickými podmínkami, formou bydlení, vzděláním, zájmy nebo třeba prioritami (Ondrušková a Krahulcová, 2020).

1.1.5 Gerontologie

Gerontologie (gerón, gerontos = starý člověk, stařec a logos = nauka, slovo) je vědní disciplína, která se zabývá stárnutím, stářím a životem ve stáří (Kalvach et al., 2011).

Sociální gerontologie zkoumá vzájemné vztahy mezi osobami vyššího věku a společností, kdy pozornost věnuje především demografickému stárnutí, sociálně ekonomické situaci starších občanů, společenskému prostředí, sociálním, lékařským, psychologickým aspektům stáří, a usiluje o prevenci předčasného stáří, participaci a seberealizaci seniorů, zlepšení kvality života a soběstačnosti osob vyššího věku (Čevela et al., 2014).

Haškovcová (2012) definuje gerontologii jako vědu o stárnutí a stáří, která má 3 součásti:

- geriatrie experimentální – zabývá se studiem stárnutí buněk, tkání a organismů, jak u živočichů, tak i u člověka;

- geriatrie sociální – zkoumá vztah mezi starým člověkem a společností, kdy se především zabývá tím, co staří lidé od společnosti potřebují a jak populační stárnutí ovlivňuje společnost;
- geriatrie – je samostatný lékařský obor, který se zabývá zdravotním stavem a funkcí stárnoucího a starého člověka, zvláštnostmi chorob ve stáří, a zaměřuje se hlavně na prevenci, diagnostiku a léčbu onemocnění starých lidí.

1.1.6 Geriatrie

Geriatric (geron – starý člověk, iatrie – léčení) je oblastí medicíny (Kalvach et al., 2011).

Geriatric je samostatný lékařský obor, který byl u nás ustanoven v roce 1983 a jeho lůžkovou základnou se staly léčebny pro dlouhodobě nemocné (Haškovcová, 2012). Kořeny geriatrického ošetrovatelství jsou ve Velké Británii a jsou vázány na práci Florence Nightingalové (Příbyl, 2015). Geriatric se zabývá diagnostikou, léčbou a rehabilitací chorobných stavů seniorů, dále také prevencí a sociálními důsledky nemocí (Hrozenská a Dvořáčková, 2013). Zabývá se zdravím a jeho udržováním ve stáří, zdravotními a medicínskými problémy seniorů včetně geriatrické křehkosti, zvláštností chorob, diagnostických a léčebných postupů a také uspořádáním, účelností, účinností a bezpečností zdravotnických systémů pro potřeby seniorské populace (Čevela et al., 2014). Z výše uvedeného vyplývá, že cílem gerontologie je udržovat optimální zdravotní stav seniorů, snažit se uspokojovat potřeby seniorů a zajistit jim péči, která je v souladu s etickými principy a právy pacienta (Příbyl, 2015).

1.2 Stáří z pohledu sociální práce

V sociální práci je stáří považováno za sociální událost. Věková skupina seniorů je cílovou skupinou, které sociální práce pomáhá řešit eventuální nepříznivé životní situace pomocí sociálních služeb.

Pojem stáří jako sociální událost si můžeme představit tak, že stáří je považováno za sociální riziko, které je společensky akceptované jako závažné, protože ekonomicky a sociálně ohrožuje existenci člověka a jeho řešení vyžaduje společenskou ochranu, protože znevýhodněná osoba nebo její rodina nejsou s to jeho důsledky odvrátit vlastními silami (Tomeš, 2010).

Stáří člověka samo o sobě neznamená zvýšenou potřebu péče. Potřeba sociální práce se seniory se objevuje až v mimořádných a nepříznivých situacích, které jsou způsobené sociálními či zdravotními faktory, kdy si zpravidla starý člověk nedokáže již sám poradit (Malíková, 2011). Mezi nejvíce ohrožené skupiny starých lidí patří osaměle žijící senioři, velmi staří lidé, senioři po propuštění z nemocnice či LDN (léčebny dlouhodobě nemocných), dlouhodobě doma léčení senioři, lidé trpící depresemi či demencí, senioři žijící v pobytových službách v různých institucích, senioři žijící v chudobě v sociálně vyloučených lokalitách či senioři vystavovaní špatnému zacházení (Matoušek, 2010).

Sociální služby pomáhají seniorům zajistit jejich fyzickou a psychickou soběstačnost, kdy mají za cíl umožnit jim v co nejvyšší možné míře zapojení se do běžného života společnosti, a pokud to jejich zdravotní stav nedovoluje, pak jim musí zajistit důstojné prostředí a zacházení (Čevela et al., 2014).

1.2.1 Sociální práce se seniory

Od 1. ledna 2007 začal v rámci České republiky fungovat nový moderní systém sociální práce a sociálních služeb, včetně standardů kvality sociálních služeb (Zákon č. 108/2006 Sb. o sociálních službách a jeho prováděcí vyhláška č. 505/2006 Sb.), které vytváří prostor pro větší respektování lidských práv, zejména pak práv seniorů jako velmi významné skupiny uživatelů sociálních služeb.

Sociální práce je velmi různorodá, zasahuje do mnoha oblastí lidského života a nelze ji proto jednoduše definovat.

Matoušek (2016) ve své publikaci sociální práci popisuje jako společenskovední disciplínu i oblast praktické činnosti, jejímž cílem je odhalování, vysvětlování, zmiňování a řešení sociálních problémů. Sociální práce se seniory se zaměřuje na ty seniory, kteří mají pokles funkčních schopností a soběstačnosti, respektive mají zvýšenou potřebu péče (Janečková a Vacková, 2010). Mezi hlavní cíle současné péče o seniory patří zachování co nejvyšší možné míry autonomie, soběstačnosti a sebeobslužnosti seniorů, a to v jejich přirozeném prostředí (Příbyl, 2015).

Sociální práce se seniory má svá specifika, stejně jako sociální práce s jakoukoli jinou cílovou skupinou. Jedná se zejména o přístup sociálního pracovníka ke klientovi (Matoušek, 2010). Sociální pracovník, pracující nejen se seniory, by měl být důvěryhodný, diskrétní, spolehlivý, trpělivý, měl by mít dovednost porozumění a také by

měl být zdatný v komunikaci, kdy umění naslouchat a empatie jsou samozřejmostí (Hrozenková a Dvořáčková 2013). Při komunikaci se seniorem je prioritou zachovat identitu seniora, oslovovat ho jménem či titulem, nikoliv „babi“ nebo „dědo“ (Kuzníková et al., 2011).

Podle Janečkové (2010) se podstata sociální práce se seniory uskutečňuje v několika aspektech, které sebou přináší určité problémy, nebo kritické momenty:

- nelze vést přímou hranici mezi zdravotní péčí a sociální prací, k jejich průniku by mělo docházet jak ve zdravotnických zařízeních, tak v sociálních službách, protože zhoršení zdravotního stavu s sebou obvykle nese potřebu sociálních služeb; proto je nezbytné, aby byly oba typy služeb poskytovány souběžně;
- sociální změny představují pro seniora zvýšenou zátěž a riziko z hlediska jeho zdraví, náročné jsou zejména změny přinášející zprerhání sociálních vztahů – odchod do důchodu, změna bydliště, odchod do ústavní péče nebo smrt blízkého člověka; sociální pracovník pomáhá uživateli přizpůsobit se změně, případně integrovat se do nové sociální sítě;
- sociální práce se starými lidmi musí být prováděna kvalitně i v případě, že uživatel má závažný problém s komunikací v důsledku svého zdravotního postižení (demence, duševní onemocnění);
- základem sociální práce se starými lidmi je práce se vztahem a důvěrou, vytvoření pocitu bezpečí a jistoty, které patří k nejzákladnějším potřebám starých lidí;
- sociální práce se starým člověkem znamená často také práci s jeho rodinou a pomoc pečujícím rodinným příslušníkům.

Sociální práce se seniory se uskutečňuje jednak ve zdravotnických zařízeních (tzn. ambulantní péče, lůžková péče, zdravotnická záchranná služba, dispenzární péče, preventivní péče), tak také v sociálních zařízeních, dále v domácím prostředí a také v komunitě formou terénní péče, tzn. osobní asistence nebo pečovatelská služba (Burda a Šolcová, 2016). Mezi sociální zařízení podle autorů patří tzn. odlehčovací služby, denní a týdenní stacionáře, domovy pro seniory, domovy pro osoby se zdravotním postižením, a domovy se zvláštním režimem.

Sociální práci se seniory vykonává sociální pracovník, který má potřebné vzdělání, a primárně se rozhodl pomáhat a věnovat se tomuto oboru (Matoušek, 2010).

Sociální pracovník se stává významnou osobou v životě uživatele a je tedy důležité, aby si mezi sebou vzájemně vytvořili příjemný vztah. Z tohoto důvodu považují za důležité uvést role sociálního pracovníka.

1.2.2 Role sociálního pracovníka

Pod pojmem role si jistě nejdříve z nás představí herce, který ztvárňuje postavu a v rámci této aktivity něco hraje. Ale jak je to se sociálním pracovníkem, také má něco hrát? Má nějaké role?

Géringová (2013) upozorňuje, že role sociálního pracovníka má jasně daná pravidla a očekávání, která se týkají toho, že sociální pracovník by měl být laskavý, přívětivý, klidný a vyrovnaný, empatický a měl by mít rád svou práci.

Novotná (2014) definovala základní role sociálního pracovníka:

- pečovatel, poskytovatel služeb – pracovník v roli pečovatele pomáhá klientovi v té oblasti běžného denního života, ve které si není schopen poradit sám, ať vlivem postižení, nemoci nebo věku;
- zprostředkovatel služeb – v této roli se sociální pracovník dostává do pozice informátora nebo koordinátora osob účastnících se práce s klientem;
- poradce nebo terapeut – pomáhá klientům získat náhled na jejich postoje, pocity a způsoby jednání, napomáhá jim rovněž v jejich osobním růstu;
- personalista – osoba zajišťující výcvik a výuku, supervizi, konzultace a řízení pracovníků zařízení;
- administrátor – vedoucí pracovník nebo ředitel zařízení, který plánuje, rozvíjí a zavádí způsoby práce, služby a programy v sociálních zařízeních sloužících příslušné klientele, kdy k jeho funkcím patří zejména manažerská funkce;
- manažer pracovní náplně – jedná se o profesionály, kteří organizují nadměrný objem práce, plánují načasování a plánování intervence, sledují kvalitu služeb a průběžně zpracovávají informace.

Novotná (2014) popisuje ještě jednu roli sociálního pracovníka, kdy sociální pracovník může být také činitelem sociálních změn, tedy člověkem angažujícím se při identifikaci a řešení širších společenských problémů, kdy na sebe bere funkci analytika sociálních problémů, skupinového advokáta a povzbuzovatele sociální iniciativy.

Matoušek (2013) dle přístupu k praxi definoval sociální pracovníky do čtyř základních typů, a to na sociálního pracovníka angažovaného, radikálního, byrokratického a profesionálního.

- angažovaný sociální pracovník – tento sociální pracovník jedná s klienty jako se sobě rovnými lidskými bytostmi, které vnímá empaticky a s respektem, vychází z toho, že sociální pracovník by měl opravdově pečovat o své klienty a jednat s nimi jako s přáteli;
- radikální sociální pracovník – tento typ sociálního pracovníka vkládá osobní hodnoty do praxe, nedělá to proto, aby poskytl klientovi bezpodmínečnou péči, ale jde mu primárně o změnu těch zákonů, oblastí sociální politiky a praxe, které považuje za nespravedlivé, jedná se tedy spíše o otázku politické ideologie a o práci v zájmu sociální změny;
- byrokratický sociální pracovník – cílem toho typu sociálního pracovníka je manipulace s lidmi v zájmu jejich změny, tedy to, že sociální pracovník vytváří iluzi osobní péče o klienta, ale na druhé straně zase v určitých případech musí působit i jako přísný normalizátor klienta;
- profesionální pracovník – prioritou pro tento typ sociálního pracovníka jsou především práva a zájem klientů, důležitý je také vztah s klientem, kterého sociální pracovník chápe jako aktivního spolupracovníka. Autor dále uvádí, že v tomto modelu je třeba vyvážit moc mezi sociálním pracovníkem a klientem, a to především upevněním práv klientů, kdy má klient v tomto modelu více moci, ale ta je zároveň pod kontrolou sociálního pracovníka.

Sociální pracovník je samostatným profesionálem, který je vzdělaný v oboru, je vedený etickým kodexem a jeho identitu tvoří především členství v profesi, toto je dále ovlivněno a vymezeno společenskými normami, veřejným míněním a zákony.

1.2.3 Sociální služby pro seniory

Sociální služby pro seniory mají dle Tomeše (2010):

- podporovat samostatné bydlení a setrvání seniorů v jejich přirozeném sociálním prostředí;
- podporovat zdravé seniory v ekonomických aktivitách;
- nabídnout aktivity pro volný čas, aby senioři duševně předčasně nezestárli;

- podporovat sociální komunikaci v sociálním prostředí.

Malíková (2011) popisuje sociální služby, které se podle zákona č. 108/2006 Sb. dělí dle místa poskytování na:

- ambulantní – služby, za kterými jedinec dochází nebo je doprovázen do zařízení (poradny, denní stacionáře);
- pobytové – služby spojené s ubytováním v zařízeních sociálních služeb (domovy pro seniory);
- terénní – služby, které jsou osobě poskytovány v jejím přirozeném sociálním prostředí (pečovatelská služba, osobní asistence).

Bez ohledu na to, v jakém zařízení a jakou formou jsou sociální služby seniorům nabízeny, platí zde podmínka, že nabízené služby musí být vedené v registru poskytovatelů sociálních služeb.

Zařízení pracující se seniory

Všechna níže uvedená zařízení patří do sociálních služeb poskytovaných na území České republiky, a to konkrétně osobám v seniorském věku, tedy těm, jejichž soběstačnost je snížena zejména z důvodu dosaženého věku.

- osobní asistence – terénní služba určená především pro osoby se zdravotním postižením a pro seniory, kdy osobní asistenci pomáhají jednotlivcům zvládat péči o sebe a integrovat se do společnosti (Malíková, 2020);
- pečovatelská služba – ambulantní služba, která je určena osobám, které se ocitly v nepříznivé sociální situaci, zejména z důvodu dlouhodobě nepříznivého zdravotního stavu, a jejich situace vyžaduje pomoc jiné osoby (Kalvach et al., 2011);
- odlehčovací služby – terénní, ambulantní nebo pobytové služby pro osoby se sníženou soběstačností, o které je jinak pečováno v domácím prostředí, kdy tato služba dopřává pečujícím osobám čas oddechu, a přitom poskytuje veškerou obvyklou péči osobě, o niž je pečováno (Kubáčková et al., 2018);
- centra denních služeb – ambulantní služba do které dochází osoby se sníženou soběstačností a je jim zde poskytována pomoc při řadě činností (osobní hygiena,

pomoc při vyřizování osobních záležitostí), u nichž je nutná pomoc jiné fyzické osoby (Malíková, 2020);

- denní stacionáře – jedná se o ambulantní služby určené osobám, které mají sníženou soběstačnost z důvodu věku, a nemohou být sami doma a potřebují nad sebou dohled (Čechová et al., 2019);
- týdenní stacionáře – tato služba je obdobná jako denní stacionáře, s výjimkou toho, že se zde poskytuje také ubytování pro seniory (Suchá a Holmerová, 2019);
- sociálně aktivizační služby pro seniory a osoby se zdravotním postižením – ambulantní, nebo terénní služby poskytované osobám, které se nachází v důchodovém věku a jsou ohroženy sociálním vyloučením, kdy mezi základní činnost patří zprostředkování kontaktu se společenským prostředím (Arnoldová, 2015);
- domovy pro seniory – pobytová služba, která je určená pro osoby, které mají sníženou soběstačnost zejména z důvodu věku, a jejich situace vyžaduje pravidelnou pomoc jiné fyzické osoby (Suchá, Holmerová, 2019);
- domovy se zvláštním režimem – pobytová zařízení, která jsou určená pro osoby se specifickými potřebami (duševní onemocnění, závislost na návykových látkách a také pro seniory se stařeckou demencí), kdy veškeré služby jsou přizpůsobeny konkrétním potřebám klientů (Burda a Šolcová, 2016).

1.3 Stáří jako společenský fenomén

Vnímání stáří a seniorů je v současné době spíše negativní, mnohdy až přímo diskriminující a je obklopené mýty a stereotypy. Současná společnost seniory a vše, co je spojené se stářím příliš paušalizuje, seniorům již nepřirazuje žádný společenský význam a v některých případech je považuje spíše jako přítěž, kterou má tendenci separovat (Malíková, 2011). Arnoldová (2015) dodává, že z tohoto postoje vychází tzv. ageismus.

1.3.1 Stereotypy a mýty o stáří

V podvědomí lidí je stárnutí a stáří často vnímáno jako negativní období lidského života, neboť od samého počátku lidské existence jsou tyto etapy života spojovány s celou řadou mýtů a předsudků. Mladí lidé často přijímají stereotypy bez zamyšlení se nad jejich platností. Může k tomu docházet automaticky bez osobní zkušenosti. Tím, že se mýty nezpochybnují, sílí jejich platnost a je ovlivněna sociální role seniorů ve společnosti.

Stereotypy spojené se stářím jsou v současné kultuře primárně negativní a zobrazují pozdější život jako dobu špatného zdraví, osamělosti, závislosti a špatného fyzického a duševního fungování (Hughes, 2015). Autorka dále dodává, že neexistují pouze negativní stereotypy o stáří, ale také pozitivní (zdravé, bohaté a moudré) nebo neutrální a neustále se měnící v čase. Pohledy na stáří a vnímání, které starší dospělí mají, jsou složité, vícerozměrné a dynamické, jinými slovy: stereotypy o stárnutí jsou sociální konstrukty, které jsou kulturně a historicky situovány a také jednotlivě interpretovány (Coudin a Alexopoulos, 2010).

Příbyl (2015) uvádí několik mýtů, které se pojí se stářím:

- mýtus zjednodušené demografie: je založen na mylné představě, že člověk se stává starým dnem odchodu do starobního důchodu;
- mýtus neužitečného času: je spojen s přesvědčením, že senioři nic nedělají, jsou již v podstatě k ničemu, a lze je tedy ignorovat;
- mýtus o lékářích: je postaven na laické představě o neomezených možnostech medicíny, která „zázračně“ vyřeší všechny problémy a nemoci, kdy si lidé myslí, že medicína jim vrátí zdraví a spokojenost bez jakéhokoliv osobního přičinění;
- mýtus o nemocech a panu Alzheimerovi: tento mýtus je velmi populární, ale ovšem není pravdou, že všichni senioři jsou nemocní a dementní, prevalence demence s věkem stoupá, ale nelze tvrdit, že všichni staří jsou dementní;
- mýtus schematismu a automatismu: vychází z přesvědčení, že senior již není schopen se nic nového naučit, že není schopen předat žádné zkušenosti, které by byly použitelné v dnešní moderní době.

Arnoldová (2015) uvádí 4 hlavní zdroje, které vedou k negativním stereotypům a mýtům o stáří:

- strach ze smrti – smrt není viděna jako přirozená a nevyhnutelná část lidského života, lidé si jen velmi neradi připomínají vlastní smrtelnost;
- důraz na mládí a fyzickou krásu – senioři bývají ignorováni, západní kultura (dá se říci, že i naše česká) propaguje mladost, krásu a zdraví;
- důraz na ekonomický potenciál a produktivitu – lidé v produktivním věku vnímají seniory jako přítěž, závazek nebo jako finanční dluh;

- skutečný stav společnosti vedoucí k ageismu – v české společnosti dosud převládá představa, že staří a nemocní lidé by měli být institucionalizováni.

Janiš a Skopalová (2015) doplňují, že přes nepravděpodobnost a neskutečnost těchto mýtů, tvoří stereotypy a mýty o stáří základ pro diskriminaci starých lidí.

Podle britského výzkumu zabývajícího se předsudky společnosti vůči různým sociálním skupinám senioři často ve svém okolí cítí nedostatek respektu, stejně tak pociťují, že se k nim společnost chová jako k méně inteligentním a neschopným (Abrams et al., 2016). Autor dále dodává, že starší lidé také mají obecně méně příležitostí (oproti mladým lidem) jak v osobním, tak v profesním životě, a ženy pak čelí tzv. dvojité diskriminaci, kdy se potýkají s diskriminací na základě věku, tak i na základě pohlaví.

1.3.2 Ageismus

Senioři jsou dnes často vnímáni spíše jako přítěž, a to jak pro rodinu, tak pro stát. Odmítání stáří, stárnutí a starých lidí se postupem času změnilo ve skrytý či otevřený boj proti seniorům, kdy do popředí vystupuje fenomén ageismu.

Jako první termín ageismus použil Robert Butler, americký psychiatr, který se jako jeden z prvních začal zabývat problematikou stereotypizace a diskriminace lidí na základě pokročilého věku. Jednoznačná definice ageismu neexistuje, jedná se o jeden z nejkompexnějších konceptů současné sociální i politické vědy.

Ageismus označuje pestré projevy averze vůči starým lidem a všemu, co stáří připomíná (Haškovcová, 2012). Arnoldová (2015) konstatuje, že ageismus je věková diskriminace postihující především staré lidi, která dále také může vést k věkové segregaci, vyčleňování ze společnosti, a je podporován ekonomicko-sociálními problémy a společenskými představami podceňující stáří. Podle Pokorné (2010) je pro ageismus nejkompexněji vnímána tato definice: Ageismus je ideologie založená na sdílené víře v kvalitativní nerovnost jednotlivých fází lidského životního cyklu, která zcela systematicky a bez výjimky stereotypizuje jednotlivé věkové generace s jejich úkoly a rolími. Jandourek (2012) popisuje, že ageismus může nakonec ovlivnit i to, jakým způsobem starší člověk vnímá sám sebe, například pokud slyší tak často o své nepružnosti a nevykonnosti, může se stát, že tomu sám uvěří. Ondrušová a Krahulcová (2020) dodávají, že z hlediska ageismu je stáří období ztrát, celkového poklesu a zhoršení kvality

života, kdy člověk už jenom chátrá. Hughes (2015) uvádí, že zejména jakýkoliv stereotyp o stárnutí má potenciál posílit ageismus.

Ondrušová a Krahulcová (2020) uvádí zdroje ageismu:

- vystupňování demografické paniky – staří lidí jsou vnímáni jako ekonomické břímě, přítěž společnosti;
- kult mládeže – důraz na mládež, fyzickou krásu, výkon a produktivitu;
- strach ze stárnutí a smrti;
- ztráta mezigenerační spojitosti a solidarity, nedostatečná výchova k úctě ve stáří.

Malíková (2020) popisuje jako další zdroj ageismu strach ze smrti, kdy je stáří chápáno jako synonymum smrti a na smrt nechce nikdo myslet, protože smrt je v konceptu západních zemí vnímána a chápána silně negativně.

Významným důsledkem ageismu je exkluze a sociální izolace starších lidí, kdy diskriminační postoje mohou vyústit až v zanedbání péče a nemístné zacházení se starými lidmi (Ondrušová a Krahulcová, 2020).

Je nespornou skutečností, že populace stárne, a očekává se, že počet lidí ve věk 60 let a více se do roku 2050 zvýší o dvojnásobek, a proto v tomto demografickém scénáři má zásadní význam udržování přiměřené úrovně pohody a zdraví starších lidí (Marques et al., 2020). Autor dále upozorňuje, že ageismus je široce rozšířen a je považován za hlavní hrozbu pro aktivní stárnutí a stává se i problémem veřejného zdraví.

Ageismus v dnešní společnosti může silně podpořit pandemii COVID-19: pandemie COVID-19 ovlivňuje různé věkové skupiny, přičemž většina úmrtí je soustředěna na starší populaci, což vede k většímu zastoupení starších lidí v mediální agendě (Bravo-Segal a Villar, 2020). Autoři analyzovali reprezentaci starších lidí v době pandemie v mediální agendě, a výsledkem je, že starší dospělí byli nepříznivě zastoupeni v 71 % titulků, kde byli prezentováni jako homogenní skupina, která je spojována se smrtí, nedostatky v ústavní péči nebo s extrémní zranitelností. Na základě výsledků může pandemie COVID-19 posílit ageistické vyprávění o starších lidech, což může ospravedlnit diskriminační praktiky zaměřené na tento sektor populace (Bravo-Segal a Villar, 2020). Na toto reaguje řada autorů, kteří tvrdí, že ageistické postoje se během pandemie snížily díky mezigenerační solidaritě, kdy byla zajištěna podpora a sociální začleňování starších dospělých, a to i na dálku (Fraser et al., 2020).

2. Mediální obraz

Před vymezením samotného pojmu mediální obraz, bych zde ráda uvedla základní charakteristiku masových médií, jejich dělení a funkce. Dále také popisují mediální gramotnost, která je neodmyslitelně spojená s mediálním obrazem a k tomu přidávám studie o mediální gramotnosti provedené v rámci České republiky. V poslední části této teoretické práce popisují obraz stáří ve společnosti, dále působení médií na veřejnost a také české a zahraniční studie, které zobrazují obraz stáří ve společnosti neboli mediální reprezentaci seniorů.

2.1 Masová média

Masovými médii se rozumí primárně periodický tisk, tedy noviny a časopisy dané veřejnosti, poté televizní a rozhlasové vysílání, a nepochybně také sdělení na internetu, ať už hovoříme o zpravodajských oznámeních nebo uživatelských příspěvcích na blozích, či sociálních sítích (Jiráková a Kopplová, 2009). Autoři dále uvádí, že ve všech těchto případech se jedná o komunikaci mezi komunikátorem a příjemcem, kdy obsah sdělení je nabízen plynule či pravidelně díky technickým, organizačním a distribučním možnostem, a díky těmto možnostem jsou dostupné nekonečnému počtu příjemců. Bednář (2011) říká, že masová média jsou v první řadě průmysl. Autor toto dále vysvětluje tak, že masová média vytváří pouze zprostředkované informace, které dávají k dispozici svým konzumentům, kdy se těmto konzumentům říká publikum.

Média jako noviny, časopisy, filmy, televizní a rozhlasové vysílání, ale také internetové stránky a knižní publikace nabízí sdělení, o které je z rozmanitých důvodů obrovský zájem (Bednář et al., 2011). Stávají se tak jakýmsi typem komunikace, který je pro veřejnost předběžně vymezený (Večeřa, 2015). Podle Giles (2012) se média nachází všude kolem nás a ustavičně se s nimi setkáváme a používáme je. Rozumíme tím tedy taková média, která jsou určena pro veřejnou společnost, přesněji řečeno pro „masu“ (Bednář et al., 2011).

I média mají, obdobně jako lidé, své konkrétní vlastnosti, kdy mezi nejdůležitější vlastnosti médií patří schopnost zaznamenávat a současně také si pamatovat (Deuze, 2016). Média neslouží pouze jako významný bod v sociální komunikaci, ale média se také staly významným průmyslovým odvětvím (Bednář et al., 2011). Jsou předmětem podnikání, a tím pádem tedy také zdrojem stanoveného zisku (Frotek, 2012). Jak již bylo

zmíněno, za masová média se tedy považují ta média, která jsou dostupná, srozumitelná a jsou určena široké veřejnosti.

Podle McQuail (2009) může médium představovat přímo konkrétní organizaci a její produkty, například Česká televize a její televizní vysílání. A co médium v množném čísle? Neboli média. Podle McQuaila (2009) média hrají důležitou roli, dokážou být velmi vlivná, jsou všude kolem nás, neustále je konzumujeme; je jich dokonce takové množství, že si ani neuvědomujeme jejich každodenní přítomnost. Podobné tvrzení o médiích má také Giles (2012) který tvrdí, že média jsou neustále kolem nás v tak obrovském množství až se ocitáme ve stavu mediálního zaslepení, který nastává ve chvíli, kdy už si neuvědomujeme přítomnost médií a jejich obrovský vliv na naše rozhodování, názory, chování a postoje.

Jiráková a Pavličiková (2013) dělí média do čtyř kategorií, která zároveň vystihují jejich historickou posloupnost:

- základní – prostředky, které jsou upotřebeny pouze při osobní komunikaci (přirozený jazyk a neverbální komunikace), kdy jejich hlavním omezením je krátký dosah sdělení a nemožnost jejich uchování;
- podpůrná – prostředky, které umožňují záznam a přenos sdělení (písmo, telefon), ale jejich zaměření se omezuje pouze na osobu příjemce;
- celospolečenská – tyto prostředky už můžeme označit jako „masová média“, protože mají tu moc oslovit velký počet členů společnosti (tisk, rozhlas, televize);
- síťová – média, která přenáší sdělení pomocí počítačových sítí, zejména pak s využitím internetu, kdy na jejich rozvoji má značný podíl vývoj komunikačních technologií a jejich neustálé zlepšování a zefektivňování.

Žijeme v éře informací, kdy informace rozhodují o tom, o čem budeme hovořit, co budeme dělat, co budeme nakupovat, čeho se budeme bát, jak budeme volit, jak se budeme bavit, a třeba i to, zda a kdy budeme mít děti. Informace, které získáváme o světě okolo nás, mají velký vliv na naše chování v běžném životě a dokonce ovlivňují i to, jak vlastně náš svět chápeme, jak mu rozumíme, čím pro nás je (Bednář, 2011).

Masová média značně ovlivňují lidskou psychiku i sociální chování lidí (Urban et al., 2011). Média jsou všudypřítomná, dostupná, invazivní, přesvědčivá a nápomocná, ale dokáží nás také ovládat; média jsou mocná a návyková (McQuail, 2009). Na druhou

stranu není třeba média přehnaně démonizovat, na druhém konci komunikačního kanálu přeci jen nestojí pouhé loutky, nýbrž lidé s vlastním rozumem a zkušenostmi (Urban et al., 2011).

Bednář (2011) říká, že současný člověk dostává dva typy informací:

- primární informace – jedná se o vjemy, které získáváme z okolí bezprostředně sami; to znamená, že mezi jevem, který vjem způsobí, a příjemcem informace není žádný další člověk ani žádné médium, které by mohlo mít značný vliv na to, jaký význam pro nás bude informace mít;
- zprostředkované informace – všechny informace, které získáváme od jiných lidí prostřednictvím sdělovacích prostředků, kdy informace prošla u lidí, kteří nám jí zprostředkovali procesem hodnocení, a tím pádem byla subjektivně zpracována a příjemce jí dostává určitým způsobem odlišnou od původní podoby.

2.2 Funkce médií

Ježek a Jiráček (2014) funkce médií shrnují takto: média nám přináší velké množství informací o světě kolem nás, kdy nám zároveň poskytují návrhy na to, jaké postoje je možné k těmto informacím zaujmout, protože množstvím svých sdělení se mohou podílet také na vzdělávání dané společnosti a tím plnit vzdělávací funkci. Autoři dále popisují funkci přesvědčovací, kterou rozhodně nelze přehlédnout, protože média jsou způsobilá ovlivňovat názory a postoje lidí, což je hojně využíváno například v reklamách. A jako poslední funkci autoři uvádí funkci zábavní, kdy v tomto smyslu jsou média využívána jako prostředek pro naplnění volného času.

Jiráček a Köpplová (2015) shrnuje funkce a poslání médií, kdy podle něj plní média především tyto funkce:

- informování – poskytování informací o událostech a podmínkách ve společnosti, jakož i o platném rozdělení moci a uspořádání mocenských vztahů;
- socializace – vysvětlování, komentování a vykládání významů událostí a informací, poskytování podpory ustaveným autoritám a normám, vytváření konsensu a nastolování posloupnosti priorit;
- kontinuita – podpora převládání kulturních vzorců, objevování subkultur a nových směrů ve vývoji kultury;
- zábava – nabídka napětí, pobavení, uvolnění, zdroj oslabování sociálního napětí;

- získávání – agitování pro společenské cíle ve sféře politiky, ekonomiky, ekologie, které probíhá podle hodnotové orientace společnosti.

2.3 Mediální obraz

Přestože je pojem mediální obraz často používán, neexistuje v teorii masové komunikace jeho jasná a zřejmá definice. Mediální obraz je obdobně často používaným termínem jako samotný pojem médium. Mediální obraz představuje obtížně uchopitelný termín, jehož aplikace je spíše intuitivní, někdy obsahuje cílené budování image a jindy neúmyslně vznikající obrazy, které vyjadřují vystupování subjektu. Obecně lze tedy říci, že mediální obraz zprostředkovává realitu, kdy pomocí znakového uspořádání reprezentuje určitý objekt, v našem případě skupinu seniorů.

Člověk žije v současné době v obtížném prostředí, ve kterém mu sdělovací prostředky denně nabízejí nevyčerpatelné množství zpráv, ze kterých o daných subjektech získává informace a vytváří si o nich svou vlastní představu (Foret, 2011). Podle Volka (2013) může mediální obraz vyjadřovat jednak reálný pokus o zachycení skutečnosti tak naopak svévolnou rekombinací prvků jiných mediálních obrazů, a tím dochází k vytváření nepravdivých schémat, jejichž cílem je utvářet postoje příjemců, a to ve prospěch zadavatelů, kteří vytvoření určitého obrazu vyžadují a financují. Bednář (2011) upozorňuje, že mediální obraz existuje i tehdy, kdy média o jednotlivci, nebo skupině osob právě nereferují, ale nachází se ve skryté podobě. Autor dále uvádí, že budoucí podobu mediálního obrazu ovlivňuje několik faktorů: jedním z nich je, jak novináři danou skupinu osob podvědomě vnímají, jak si ji pamatují, jaké jsou jejich dosavadní zkušenosti, a to i ve zprostředkované podobě a také to, jak skupinu těchto osob vnímají lidé z jejich sociálního okolí.

K tomu, že média mohou významně ovlivňovat vnímání a pohled na daný subjekt, se přiklání i Lokšová (2016), která zastává názor, že média nejsou nestranná a tím, že některé souvislosti upozadují nebo naopak zdůrazňují, vytváří mediální obraz, který může značně ovlivnit názor na určitý subjekt. Foret (2011) z výsledku projektu Komunikující město dokládá, že si člověk vytváří představu o subjektu jednak pomocí vlastních zkušeností, tak ale i zejména pomocí informací získaných z médií.

Každý subjekt, který se stane objektem mediální agendy získává postupem času tzv. mediální obraz. Mediální obraz je zjednodušeně řečeno způsob, jakým je subjekt, daná

organizace nebo firma mediálně vykreslována (Bednář, 2011). Autor dále uvádí, že média, ač o to usilují, nejsou objektivní, a protože pracují ve schématech mediálních příběhů, mají sklon opakovat zažitě vzory a jakmile je mediální obraz jednou stanoven, existuje přirozená tendence médií jej zesilovat, což vede ke stejné přirozenému faktu, že jednou získaný obraz je mimořádně obtížné změnit.

2.4 Teorie nastolování agendy

S procesem vytváření mediálního obrazu je spjata několik teorií, kdy jednou z neznámějších a nejdiskutovanějších je teorie nastolování agendy (agenda-setting). S myšlenkou nastolování agendy přišel jako první Walter Lippmann v roce 1922 ve své knize *Public Opinion*. Lippmann vycházel z představy, že zpravodajská média informují o událostech, která se běžně odehrávají mimo bezprostřední zkušenost a vymezují poznávací mapu světa, a tím veřejné mínění nereaguje na okolní prostředí, ale na pseudoprostředí, které vytvářejí zpravodajská média (Trampota a Vojtěchovská, 2010). S touto myšlenkou později pracovali Maxwell McCombs a Don Shaw, kteří poprvé aplikovali označení nastolování agendy. Autoři v roce 1968 provedli malý výzkum, jehož výsledkem bylo ověření teorie nastolování agendy, podle které témata, na něž je kladen důraz ve zprávách, vnímá veřejnost po určitém čase jako důležitá, jinak řečeno mediální agenda nastoluje agendu veřejnou (McCombs, 2009).

Nastolování agendy nepůsobí na veřejnost jednotným způsobem, kdy se méně zkušená veřejnost může nástrahám agendy poddat. To potvrzuje i McCombs (2009), který tvrdí, že čím menší zkušenost má jedinec s určitým tématem, tím spíše ho média mohou ovlivnit. Je to dáno také tím, že média ztvárňují svou vlastní mediální realitu. Kvůli tomu, že média rozhodují, která témata upřednostní a která témata naopak upozadí, jsou příjemci závislí na jejich výběru, a z tohoto důvodu se mediální realita stává realitou skutečnou (Urban et al., 2011).

Priming: Vyzdvihování určitých témat v médiích na úkor jiných se v teorii nastolování mediální agendy označuje také pojmem priming neboli vypíchnutí. Teorie primingu také úzce souvisí s teorií agenda settingu, nicméně v tomto případě se nejedná o přesná témata, která se média rozhodnou do své agendy zařadit či nezařadit, ale naopak o čas a prostor, který těmto tématům média věnují. Tím, kolik času a prostoru jim média věnují, mohou významně ovlivnit vnímání tématu ve společnosti (McQuail, 2010). Trampota a Vojtěchovská (2010) shrnuje priming tak, že se zabývá vlivem masových médií na

hodnocení témat veřejností a předpokládá, že zdůraznění určitých vlastností témat v médiích se stane důležitou dimenzí hodnocení témat mezi publikem.

Framing neboli rámcování se označuje jako konkrétní rámec mediálního obsahu, ale také jako proces jeho vzniku (Bartalosová, 2015). Autorka framing dále shrnuje takto: framing znamená vybírání určitých aspektů medializované reality a zvyšování jejich významnosti ve sdělení prosazováním určité definice problému, jeho hodnocení či doporučení řešení. Samotný rámec pak tvoří hlavní organizační myšlenku mediálního obsahu, kterou mu dává kontext a napovídá co je tématem, a kdy tohoto dosáhneme prostřednictvím selekce (McCombs, 2009).

Agenda setting také úzce souvisí s otázkou, jak je možné, že veřejnost určitá témata vnímá jako důležitá, a naopak jiná témata zůstávají stranou veřejné debaty. To mohou ovlivňovat právě média – při nastolování mediální agendy je důležitá role tzv. gatekeepera, neboli „vrátného“, který rozhoduje o tom, co projde „branou“ média, a co nebude do procesu mediace zařazeno“. Halada (2015) gatekeeping vysvětluje jako proces, kterým se při práci v médiích realizuje výběr zpráv, událostí a rozhodování o tom, zda konkrétní sdělení projde skrz „bránu“ média a jeho zpravodajství. Autor gatekeeping dále rozvádí tak, že samotný proces začíná v momentě, kdy se komunikátor poprvé dozví o aktuálním či potenciálním sdělení a končí v bodě, kdy je podmnožina těchto sdělení přenesena k příjemci, kdy klíčovým bodem při cestě dovnitř, tak i při cestě ven je pomyslná brána.

2.5 Mediální gramotnost

Jak už víme z předchozích kapitol, vliv médií, jak na jednotlivce, tak i na společnost je značný, z tohoto důvodu se v poslední době poměrně často mluví také o mediální gramotnosti.

Mediální gramotnost by měla zajistit, aby byl jednotlivce schopný orientovat se v mediálním prostoru, respektive aby se orientoval ve stereotypch, která mu média nabízejí (Jirák a Köpplová, 2009). Dle Petranové (2013) je mediální gramotnost dovednost, znalost a porozumění, která umožňuje uživatelům užívat média efektivně a bezpečně. Nutil (2018) popisuje mediální gramotnost jako schopnost kriticky vyhodnocovat aspekty mediálních obsahů, kdy autor dále uvádí, že mediálně gramotný člověk by měl být schopen vyhledávat, vysvětlovat a kriticky hodnotit informace z médií, kdy kritické myšlení je pro člověka namáhavé a vyžaduje určitý čas a soustředění.

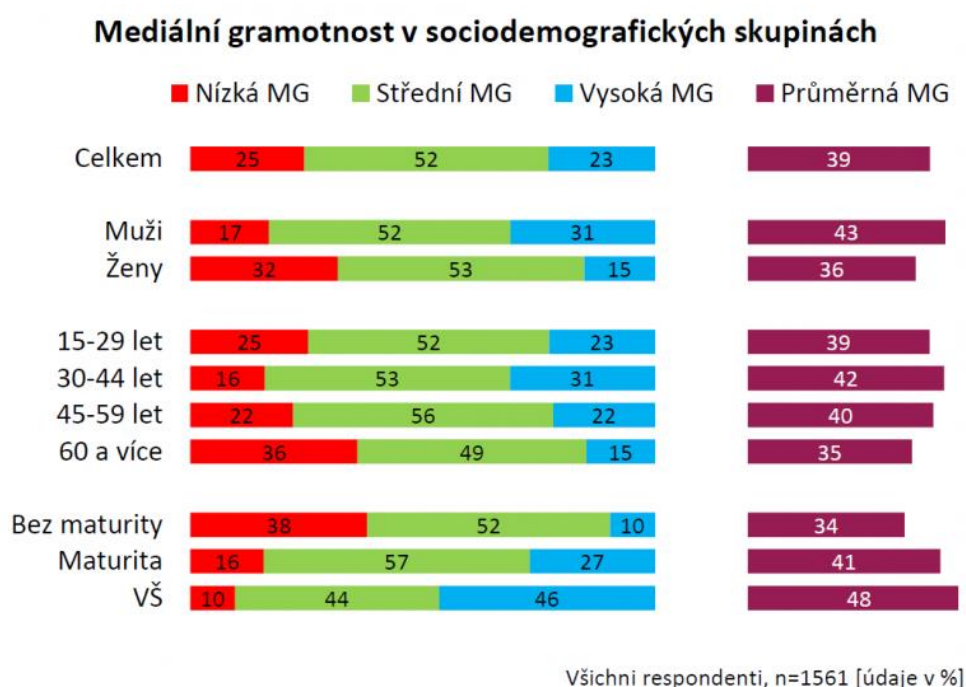
2.5.1 Výzkumná šetření mediální gramotnosti

Studie: Mediální gramotnost v ČR

Výzkumná agentura STEM/MARK se ve spolupráci s Českou televizí rozhodla realizovat plošný výzkum, který zmapoval úroveň mediální gramotnosti české populace. Průzkum byl realizován v roce 2018, kdy byl použitý dotazník, který mapoval znalosti, ale i postoje v jednotlivých oblastech mediální gramotnosti. Výzkumu se zúčastnilo 1561 respondentů, kteří odpovídali formou osobního a online dotazování.

Výsledek výzkumu je takový, že mediální gramotnost v ČR je na nízké úrovni, která dosahuje 39 bodů ze 100, kdy tedy pouze čtvrtina dospělé populace v České republice dosahuje uspokojivé úrovně (Burianec, 2018). Autor dále uvádí, že populace se dle dosaženého skóre dělí do tří kategorií – střední úroveň mediální gramotnosti, které dosahuje zhruba polovina populace, nízké a vysoké úrovně poté dosahuje v obou případech čtvrtina.

Obrázek č. 1: Mediální gramotnost v sociodemografických skupinách



Zdroj: Výzkumná agentura STEM MARK, 2018

Z výše uvedeného grafu je patrné, že nejvíce ohroženou skupinou pro nízkou mediální gramotnost jsou především lidé starší 60 let a osoby s nižším vzděláním. Vysoké úrovně gramotnosti dosahují především muži (31 % z nich) a respondenti s vysokoškolským

vzděláním (46 %). Naopak bylo zjištěno, že nízkou mediální gramotnost vykazují ženy (32 % z nich) a ti jedinci, kteří nemají maturitu (38 %).

O nedostatečné úrovni mediální gramotnosti vypovídá už pouhý pohled na různá diskusní fóra nebo na sociální sítě. Mnoho lidí není schopno rozeznat pravdu od fikce a bezmyšlenkovitě sdílí nepodložené a často i poplašné zprávy dál do svého okolí. Petr Orság (2017), vedoucí katedry žurnalistiky na Filozofické fakultě Univerzity Palackého v Olomouci, tuto skutečnost přisuzuje špatnému povědomí veřejnosti o fungování médií a také silnému vlivu bulvárních médií.

Problematikou aktuálního stavu mediální gramotnosti v České republice se zabýval rozsáhlý průzkum Studie mediální gramotnosti populace ČR, realizovaný Institutem komunikačních studií a žurnalistiky Fakulty sociálních věd Univerzity Karlovy v roce 2015. Při hodnocení této studie bylo zjištěno, že z pohledu úrovně mediální gramotnosti jsou varovná zjištění, že v české populaci je špatné povědomí o rizicích spojených s prostředím internetu, a s tím spojené povědomí o legislativní a právní regulaci internetového prostředí (Jiráček et al., 2016).

Předseda Rady pro rozhlasové a televizní vysílání dokládá výsledky výzkumu Evropské komise pro informační společnost a média z roku 2009, kde byl stav úrovně mediální gramotnosti v ČR hodnocen jako neuspokojivý (Krejčí, 2015). Dále autor dodává, že naše republika skončila na posledním místě ze všech členů Evropské unie. Z výzkumu vyplývá, že největší problém je v oblasti zaměřené na mediální vzdělávání nebo na mediální politiku státu.

Tímto tématem se zabývali i účastníci diskuze kulatého stolu Národního konventu o EU, která proběhla v roce 2017 v Praze a byla zaměřená na oblast mediální gramotnosti v kontextu občanského vzdělávání (Šťastná, 2017). Diskuze dle stejné autorky reagovala na nedostatečnou úroveň mediální gramotnosti v České republice, kdy jako doporučení pro zlepšení mediální gramotnosti v ČR bylo doporučeno následující: analýza způsobu výuky mediální výchovy na školách, analýza stávajících dokumentů a zmapování možností rozvoje mediální gramotnosti u pedagogických pracovníků.

O důležitosti mediální gramotnosti pro současnou společnost nemůže být pochyb. V současné době se setkáváme s permanentním nárůstem mediálního obsahu, stále více vynalézavějšími technikami tvůrců mediálních sdělení a s vývojem komunikačních

technologií. Z tohoto důvodu je zřejmé, že důraz na mediální gramotnost, a tedy i na její edukaci se bude v budoucnu neustále zvyšovat.

2.6 Média a senioři

Předsudky o tom, že senioři mají pouze tři zájmy, do kterých patří televize, křížovky a rozebírání svých nemocí brání seniorům v integraci do společnosti a směřují je k izolaci.

U generace seniorů od 55 do 69 let přetrvává i nadále médiem č. 1 televize, ale kromě sledování televize lidé v tomto věku také rádi používají internet na počítači, poslouchají rádio, navštěvují zpravodajské weby, čtou denní tisk, a dokonce i navštěvují sociální sítě (Sak a Kolesárová, 2012). Podle výzkumu agentury Pew Research, který byl zaměřený na sociální sítě, jsou senioři stále nejméně zastoupenou skupinou na sociálních sítích, ale jejich počet v současné době podstatně roste (Janouch, 2014). I když mýtus o tom, že senioři neumějí používat počítač a vyhledávat na internetu, pozvolna mizí, vnímání situace seniora ve vztahu k počítači ve společnosti stále zaostává. Toto potvrzuje i neustále se měnící situace, kdy počítačová gramotnost seniorů a jejich dostupnost počítačem a internetem plynule narůstá (Sak a Kolesárová, 2012). Nešpor (2011) popisuje ovládání počítače seniory, kdy počítače pro seniory představují celou řadu úskalí a pozitiv. Autor to dále specifikuje tak, že internet dokáže pozitivně ovlivňovat pocit osamělosti tím, že senioři mohou na dálku komunikovat s přáteli, blízkými a také navazovat nové vztahy. Nejdůležitější jsou pro seniory mobilní telefony, které se zároveň pro seniory staly nejpoužívanějším typem nového média mezi lidmi vyššího věku (Sak a Kolesárová 2012).

2.7 Obraz stáří ve společnosti

Haškovcová (2010) ve spojitosti s obrazem stáří ve společnosti připisuje velký vliv médiím, a to především televizi, ve které je až na výjimky, stáří prezentováno spíše v negativním kontextu. Tato autorka dále rozvíjí na zpravodajství, kde se většinou hovoří o seniorech v kontextu spojeném s důchodovou reformou, kdy senioři pobírající důchod za to můžou být vlastně rádi, kdežto mladí lidé se dozvídají, že budou muset pracovat dlouho a výše jejich důchodu bude pravděpodobně nízká. Senioři se z tohoto důvodu obávají o budoucnost svých dětí a vnoučat a zároveň pociťují, že jsou dnešní mladší generaci spíše na obtíž, kdy tato nevhodná reprezentace seniorů přispívá k vysoké nesolidaritě mezi generacemi (Thorová, 2015). Malíková (2011) uvádí, že pokud už se

média reprezentací seniorů zabývají, tak spíše způsobem odstrašujícího popisu černé budoucnosti, která na každého seniora musí nevyhnutelně čekat. Příkladem jsou informace o okrádání či podvedení seniorů, ať už podvodnými prodejci, podpisem nevýhodné smlouvy apod. Stereotypně jsou staří lidé považováni za homogenní skupinu s mnoha převážně negativními vlastnostmi, aniž by byly zohledňovány individuální rozdíly, kdy tato stereotypní přesvědčení a předsudky o tom, že staří lidé jsou protivní, bezmocní, pomalí, nevykonní, nepružní, unavení, by mělo vystřídat individuální posuzování každého člověka (Thorová, 2015). Moderní komunikační prostředky připravují seniory o lidská setkávání, o poznatky a zážitky lidského společenství, kdy se seniorům snižuje známá potřeba předávání informací z generace na generaci, protože málokdo chce těžit z jejich celoživotních zkušeností, kdy naše současná společnost už nepotřebuje radu starších (Klevetová, 2017). Autorka dále doplňuje, že některé mediální kampaně zesměšňují staré lidi, kdy televizní reklamy zkreslují pohled na stáří a průzkumy poté ukazují, že se senioři cítí odstrčení a ztrácejí sebedůvěru ve vlastní život, protože společnost je dnes zaměřena spíše na výkon a následný výdělek.

2.7.1 České a zahraniční studie

Zde bych ráda představila české a zahraniční studie, které zobrazují obraz stáří ve společnosti neboli mediální reprezentaci seniorů.

České studie

Nejrozsáhlejší analýzu mediální reprezentace seniorů v českém prostředí provedla Renáta Sedláková společně s Lucíí Vidovičovou. Autorky se dlouhodobě věnují sociologii stárnutí a v roce 2005 provedly pilotní studii ve které zkoumaly mediální obraz seniorů.

Výsledky výzkumu dle autorek (Sedláková, Vidovičová, 2005) shrnuji takto: Výsledky ukazují na to, že senioři jsou v médiích nejčastěji zmiňováni v souvislosti s kriminalitou a politicko-ekonomickými tématy. Nejméně se o seniorech píše v souvislosti s kulturou nebo sportem. Věk seniorů byl většinou zneužíván a z mediálních sdělení vyplývalo jednoznačně to, že senioři jsou nemocní, bezmocní a nesoběstační lidé, kteří potřebují dohled a pomoc od jiných osob. Aktivní senioři byli médii vyobrazováni jako něco mimořádného, čemu je nezbytné věnovat specifickou pozornost. Autorky se v závěru shodují na tom, že: Senioři jsou skupinou, o níž média informují selektivně a stereotypně, kdy je popisují zejména jako ekonomický a sociální problém především kvůli zatížení

důchodových systémů, dále jako oběti trestných činů a katastrof, kdy se častým přívlastkem typického českého mediálního seniora stává chudoba nebo psychická porucha (Sedláková, Vidovičová, 2005).

Zahraniční studie

I přes globální stárnutí populace jsou starší lidé v médiích stále nedostatečně zastoupeni, a jejich nevhodné a nepřesné vyjádření ovlivňuje negativní a stereotypní postoje a očekávání mladších spotřebitelů (Ylänne, 2015).

Ve studii s názvem *Older People's Portrayal in the Print Media: Implications for Intergenerational Relations*, která byla provedena v Jihoafrické republice, se autorky zaměřily na mediální obraz seniorů očima samotných seniorů. Autorky udělaly hloubkové rozhovory a focus groups s 21 respondenty a zkoumaly, jak samotní respondenti, jakožto senioři vnímají zobrazování seniorů v médiích. Respondenti se jednomyslně shodli, že staří lidé jsou v médiích vyobrazováni minimálně, případně odděleně a velmi často stereotypně (Sedick a Roos, 2014).

Článek *The Media's Portrayal of Ageing* publikovaný v roce 2012 v *Journal of Active Aging* shrnuje studie zabývající se mediálním obrazem seniorů, kdy autoři v článku potvrzují, že stáří a stárnutí je v médiích vyobrazováno stereotypně a jejich argumentace přispívá k přesvědčování čtenářů o tom, že stárnutí je smutná a depresivní etapa života a že senioři by měli být ze společnosti spíše vyčleňováni (Milner a Norman, 2012).

Dále bych zde ráda uvedla studii s názvem *Stereotypes Associated With Age-related Conditions and Assistive Device Use in Canadian Media*, která zkoumala v kanadském *The Globe and Mail* mediální stereotypy v souvislosti se stářím a nemocemi. Zjištění autorů ukazují, že dialogy v kanadských médiích souvisejí s obvykle osvojenými společenskými stereotypy, které se většinou pojí se zdravotním stavem starých osob. Podle autorů může být základním problémem v médiích zejména popis špatných hygienických podmínek v souvislosti s nemocí a poznamenávání stáří a nemoci jako překážky v zaměstnání (Fraser et al., 2015).

Všechny výše uvedené výzkumy se shodují na tom, že znázorňování seniorů v médiích podléhá stereotypizaci a tematika seniorů je redukována do několika málo tematických okruhů, které mohou jednoznačně přispívat k diskriminaci seniorů. Média seniory nejčastěji popisují jako nemocné a nemohoucí osoby, které se stávají neplnohodnotnými

a méněcennými členy společnosti. Pokud se média v některých oblastech věnují pozitivním stereotypům v souvislosti se seniory, tak většinou upozorňují pouze na jejich překvapivou vitalitu a aktivitu.

Ovšem najdou se i pozitivní výzkumy, které se snaží bojovat proti diskriminaci starších osob. Autoři Oró-Piqueras a Marques (2017) provedli analýzu nejsledovanějších videí na YouTube pod štítky „stáří“, „starší věk“ a „senioři“, kdy výsledky ukazují obecně pozitivní reprezentaci starších lidí, přičemž většina videí zachycuje protistereotypní obraz této věkové skupiny. Autoři se shodují na tom, že tento celkový trend představuje zajímavou a destabilizující cestu, která posiluje úsilí vyvíjené proti ageismu a diskriminaci na základě věku v naší společnosti.

2.7 Působení médií na veřejnost

Prostřednictvím médií, vstupuje do našich životů celosvětový rozměr; stáváme se účastníky dějů, které velmi přesahují individuální rozsah; díky nim si stále více uvědomujeme, že nejsme jenom lidé ale také společenstvo a že nežijeme jenom na určitém místě, ale že jsme také obyvateli země a jsme součástí vesmíru (Helus, 2015). Masmédia v tomto pohledu přinášejí nové typy komunikace a dovolují tím oslovit rozsáhlé počty lidí ve společnosti (Bednářík et al., 2011). Prezentují se nám jako prostředky, kterými komunikujeme, a které mají ohromný vliv na vnímání, myšlení, názory a postoje lidí ve společnosti (Kučera, 2013). Bezpochyby, že každá média jsou odlišná a tím mají také rozmanitý vliv na příjemce. Působení médií záleží dále také na tom, jak je skupina publika početná a jak moc se dá s touto skupinou příjemců pracovat (Bednář, 2011). Média mají nenahraditelný vliv na psychiku veřejnosti a na celkový sociální postoj společnosti (Urban, 2011). Je zde ale také důležité uznat to, že nikdo z nás není schopen spolehlivě definovat, z jak velké části nás média ovlivňují, a jakou mají moc. Dokonce ani lidé, kteří se řadí mezi mediální odborníky, nemohou s jistotou říci, jaký vliv média na společnost přenáší (Bednář, 2011). Na základě studií bylo prokázáno, že masmédia mají nesporný vliv na příjemce, ať už se jedná o distribuování velmi podstatné informace, ale i pokud konkrétní informace nenabývá na vážnosti (Frotek, 2012). Neznamena to, že lidé začnou nerozvážně věřit tomu, co četli v novinách, ale vliv médií způsobí to, že lidé nad tím, co slyšeli, viděli či četli, začnou přemýšlet (Bednář, 2011). Podle Urbana (2011) hovoříme o tzv. mediálním účinku, který vymezuje změnu schopnosti myšlení či chování jednotlivce nebo veřejnosti. Podle Lokšové (2016) nám

mohou média dopomoci k odreagování a odpočinku, kdy pomocí svých vlivů mohou ovlivnit také naše sebevědomí, ale také nám mohou nahradit neuspokojivé množství sociálního kontaktu. Média hrají v našem životě velice významnou roli a na jednotlivce či veřejnost mohou mít jednak pozitivní, ale i negativní vliv (Jirák, Köpplová, 2009). Jako negativní vliv si můžeme představit například i špatný mediální obraz, který může vést až k nežádoucím reakcím v reálném světě, bez ohledu na to, jaká je původní realita (Bednář, 2011). V dnešní době na své důležitosti významu dosahují primárně takzvaná nová média, která se vyznamenala rozdělením komunikace a posléze jinou strukturou dynamiky, především co se týče rychlosti a síly šíření informací (Kučera, 2013).

3. Senioři a politika stárnutí

V této části teoretické práce shrnuji demografické stárnutí populace, a k tomu přidávám prognózu demografického vývoje v České republice do roku 2100. Dále popisuji aktivní stárnutí populace a strategické dokumenty a akční plány, které se vztahují ke stárnutí.

K tomu, aby jak pro společnost, tak pro seniory samotné nepředstavovalo stárnutí příliš tíživý problém, je zapotřebí hledat způsoby, jak se s touto periodou života úspěšně vypořádat (Ervik a Lindén, 2013). Tito dva autoři dále dodávají, že se vyvíjí strategie, jak zvýšit individuální pohodu a dlouhověkost seniorů a zároveň jak snížit dlouhodobou sociální a zdravotní péči spojenou se stárnutím. Problematika stárnutí se týká mnoha aspektů, a prolíná se řadou disciplín (Slepička et al., 2015). Rychlé stárnutí populace probíhá po celé Evropě a se stále se zvyšujícím podílem starších dospělých a plánováním stárnutí většiny starších generací je pochopení toho, jak se prostorová zranitelnost starších dospělých prostorově liší zásadní pro rozvoj cílených politik, a vytvoření společnosti, která je vstřícnější k věku (Channer, 2020).

Ministerstvo práce a sociálních věcí je koordinátorem politiky přípravy na stárnutí v České republice, a v návaznosti na aktivní stárnutí vzniklo v dubnu roku 2015 samostatné oddělení politiky stárnutí (MPSV, 2015). Poradním a iniciativním orgánem, který se zabývá seniory a stárnutím populace se stala Rada vlády pro seniory a stárnutí populace, kterou zřídila vláda ČR v březnu 2006 (Malíková, 2020).

3.1 Demografické stárnutí

Stárnutí populace je nejvíce charakteristickým rysem demografického vývoje Evropy i České republiky, kdy se demografická struktura populace vyvíjí na základě nižší míry porodnosti a zvyšující se naděje na delší dožití (Vidovičová et al., 2014).

Skutečnost demografického stárnutí je společností často vnímána jako riziková a problematická, jelikož se stále častěji setkáváme s komentováním narůstajících nákladů na udržení penzijního systému a zdravotní a sociální péče o seniory (Rychtaříková, 2011). Z pohledu ekonomů bývají staří lidé vnímáni jako zátěž státní ekonomiky a stárnutí populace jako nežádoucí tendence, proti které je nezbytné se bránit (Sak, Kolesárová, 2012). Veřejnosti je tak ze strany ekonomických úvah podsouváno, že staří lidé mohou ohrožovat ekonomickou stabilitu systému, a pokud k tomu všemu přičteme ještě mediální obraz v neprospěch starých lidí a stárnutí populace, výsledkem je vzrůstající sociální napětí, potažmo napětí mezi mladou produktivní generací a starší, již neproduktivní generací (Bednářík et al., 2011). V souvislosti s rostoucím napětím vůči seniorům je zajímavé nahlédnout do Charty pro důstojný život seniorů v České republice, jež vůči negativnímu vnímání demografického stárnutí namítá následující: *„Demografického stárnutí bychom si měli vážit jako vymoženosti moderní společnosti a brát jej vážně se všemi jeho možnostmi a výzvami. Starší lidé jsou významnou součástí společnosti a vděčíme jim z velké části za současný blahobyt. Musíme s nimi zacházet s respektem a s úctou a zabránit jakékoli diskriminaci kvůli věku“* (Charta občanské společnosti, 2010, str. 2). Je namístě si uvědomit riziko takového jednání společnosti, kdy je většina zodpovědnosti přenášena na seniory a ti jsou potom vnímáni jako nežádoucí součást našeho státu, od které mají ostatní tendence separovat se, ačkoli by tomu mělo být právě naopak (Sak a Kolesárová, 2012).

Stárnutí populace je hlavní společenskou výzvou, které čelí mnoho zemí a do popředí se dostává role mezigeneračních interakcí, které jsou stále více uznávány jako důležité faktory ovlivňující zdraví a pohodu starších dospělých a dalších generací (Zhong et al., 2020). Populační stárnutí jako komplexní proces se promítá nejen do postavení seniorů ve společnosti, ale též do sféry soukromé, do mezigeneračních vztahů a vztahů uvnitř rodiny a individuálních životů stárnoucích osob (Čevela et al., 2016). Dále stejní autoři upozorňují na to, že díky prodlužující se naději dožití při narození představuje etapa stáří časově delší a tím i významnější fázi lidského života, jelikož seniorský věk tak skrývá

řadu možností, jak prožívat každý den atraktivně a smysluplně. Z těchto důvodů je zapotřebí podporovat zdravé a aktivní stárnutí, protože pro společnost může demografické stárnutí zároveň představovat příležitost a výzvu, jak co nejeefektivněji využít znalostí a potenciálu přibývajícího počtu starších lidí (Štěpánková et al., 2014).

3.1.1 Prognóza demografického vývoje v České republice do roku 2100

Český statistický úřad nastínil budoucí demografický vývoj České republiky až do roku 2100. Prognóza je rozdělena do tří variant, a to do „nízké varianty“, která počítá s nižšími čísly, než „střední varianta“, která má nastínit nejvíce pravděpodobný vývoj. Poslední variantou je „vysoká varianta“, která nastiňuje vyšší čísla než varianta střední.

Tabulka č. 1: Prognóza naděje dožití 2012-2100 v ČR

Naděje dožití v České republice 2012-2100						
Rok	Muži			Ženy		
	Nízká	Střední	Vysoká	Nízká	Střední	Vysoká
2012	75,0	75,0	75,0	80,9	80,9	80,9
2020	76,4	77,0	77,5	82,2	82,8	83,2
2030	78,2	79,5	80,6	83,8	85,1	86,1
2040	79,6	81,3	82,6	85,0	86,6	87,7
2050	81,1	83,0	84,6	86,2	88,0	89,3
2060	81,7	83,7	85,4	86,7	88,6	90,0
2070	82,3	84,4	86,1	87,2	89,2	90,7
2080	82,9	85,2	86,9	87,8	89,9	91,5
2090	83,6	85,9	87,7	88,3	90,5	92,2
2100	84,2	86,6	88,4	88,8	91,1	92,9

Zdroj: Český statistický úřad, 2013

3.2 Aktivní stárnutí

Stejně jako většina zemí Evropy i naše Česká republika stárne, a to kvůli kombinaci zvyšující se střední délky života a klesající porodnosti, kdy taková demografická změna představuje výzvu, které obyvatelstvo často rozumí tak, že stárnutí zatěžuje sociální služby, zdravotní péči a důchodové systémy (Robbins, 2020). Autor dále dodává, že v reakci na to, vláda a občanská společnost často zdůrazňuje pojem aktivní stárnutí.

Aktivní stárnutí bylo poprvé definováno Světovou zdravotnickou organizací (dále jen WHO) ke konci devadesátých let 20. století jako reakce na celosvětové stárnutí lidské populace. WHO (2002) definuje stárnutí jako proces zajištění optimálních příležitostí pro zdraví, účast na životě společnosti a bezpečí s cílem zajistit co nejlepší kvalitu života během stárnutí. Tato definice představuje nevlivnější definici, která dominuje v akademickém diskurzu i na úrovni státní agendy a politik (Štěpánková et al., 2014). Spojení aktivní stárnutí si vydobylo své pevné místo jako rámec pro široké spektrum témat spojených se životem starší generace a zároveň se stalo významným sloganem zastřešujícím sociální politiku stárnoucí Evropy (Hasmanová a Marhánková, 2014). Aktivní stárnutí se však netýká jen zdravého stárnutí a péče o zdraví, pojem aktivní stárnutí v sobě obsahuje především účast na společenském životě, péči, nezávislost a důstojnost, rovné příležitosti a respektování práv všech lidí bez ohledu na věk (MPSV, 2019). Aktivní stárnutí si vydobylo své pevné postavení a v současné gerontologii bychom těžko hledali vlivnější koncept (Hasmanová a Marhánková, 2014).

Přáním každého člověka je být ve stáří aktivním, fyzicky zdravým a vitálním (Grofová, 2011). Autorka se dále domnívá, že pro aktivní stárnutí je zapotřebí především udržení kontaktu s ostatními lidmi, ke kterému může docházet osobně či virtuálně pomocí informačních a komunikačních technologií. Pro zvýšení kvality života bychom se měli zaměřit na aktivní stárnutí, prostředí a komunitu vstřícnou ke stáří, zlepšení zdraví a zdravotní péče ve stáří, podporu rodiny a ochranu lidských práv (Haškovcová, 2012). Dle dvojice autorů Janiše a Skopalové (2016) je aktivní stárnutí charakterizováno pozitivním přístupem ke stárnutí, který je založen na principech solidarity mezi lidmi a respektováním jedinečnosti a osobitosti každého jedince. Stejní autoři také uvádí, že inkluze a právo na společenské začlenění, mohou být stavebním kamenem aktivního stárnutí. Špatenková a Smékalová (2015) uvádí, že aktivní stárnutí zahrnuje například uznávání práva starších lidí, rovnocennost příležitostí, zodpovědnost, spoluúčast na veřejných rozhodováních a dalších aspektech společenského života. Tyto autorky dále uvádí, že kvůli demografickému stárnutí populace se nabízí otázka, jakým způsobem naplnit myšlenku, přesněji koncept aktivního stárnutí, jakou pozici a roli seniorům vytyčit v moderní společnosti (Špatenková a Smékalová 2015). Aktivní stárnutí neodkazuje pouze k aktivitě fyzické, ale především na možnosti podílení se na společenském dění ve všech fázích života (Hasmanová a Marhánková, 2014).

Aktivní stárnutí je dobrým řešením stále rostoucího počtu seniorské populace jak pro společnost celkově, tak i pro samotné seniory, jelikož je důležité, aby i starší lidé, stejně jako lidé mladšího věku nacházeli smysluplnost svého života a aby si co nejdéle zachovali svoji autonomii (Dvořáčková, 2012). Autorka dále dodává, že důležitými prvky aktivního stárnutí je to, aby člověk mohl stárnout ve své společnosti, se svými přáteli, sousedy a rodinou.

3.3 Vybrané strategické dokumenty a akční plány

Koncept aktivního stárnutí se stal doporučovanou strategií a je součástí národních i mezinárodních dokumentů reagujících na stárnutí populace, kdy jedním z nejznámějších je dokument WHO Active Ageing: A policy Framework z roku 2002 (Štěpánková, 2014).

Dalším důležitým dokumentem jsou Zásady Organizace spojených národů (dále jen OSN) pro seniory, které byly seskupeny do 5 oblastí vztahujících se k postavení seniorů: nezávislost, zapojení se do společnosti, péče, seberealizace, důstojnost (Tomeš a Šámalová, 2017). Vlády byly poté vyzvány k tomu, aby tyto zásady včlenily do svých národních programů.

V roce 2011 WHO vypracovala dokument Strategy and Action Plan for Healthy Ageing in Europe: 2012-2020, který mimo jiné odkazuje na rok 2012 jako na Evropský rok aktivního stárnutí a mezigenerační solidarity (Ondrušková a Krahulcová, 2020).

Česká republika se také přihlásila ke konceptu aktivního stárnutí, ke kterému směřuje pomocí Národního akčního plánu podporující pozitivní stárnutí pro období 2013 – 2017, kdy tento plán navazuje na předchozí dokumenty zabývající se problematikou stárnutí: Národní program přípravy na stárnutí na období let 2003-2007 a na Národní program přípravy na stárnutí na období let 2008-2012 (Ondrušková a Krahulcová, 2020).

Vláda České republiky schválila v roce 2013 Národní akční plán podporující pozitivní stárnutí pro období let 2013 až 2017, který byl připraven Ministerstvem práce a sociálních věcí ČR a věnuje se především problémům spojeným se znevýhodněním seniorů a potřebě jejich zapojení se do života širší společnosti v rámci solidarity mezi generacemi i uvnitř seniorské populace (Slepička et al., 2015). Bártlová (2019) shrnula následující oblasti, kterým se Národní akční plán podporující pozitivní stárnutí pro období let 2013 až 2017 věnuje: národní dotace podporující politiku stárnutí na krajích, dotace pro seniorské organizace, pravidelná zasedání Rady vlády pro seniory a stárnutí populace,

projekt Politika stárnutí na krajích (projekt Evropského sociálního fondu), a jako poslední osvěta – každoroční pořádání odborné mezinárodní konference k Mezinárodnímu dni seniorů (1. října).

Na Národní akční plán podporující pozitivní stárnutí pro období let 2013 až 2017 navazuje strategie s názvem Strategie přípravy na stárnutí společnosti 2019–2025, kterou vydalo Ministerstvo práce a sociálních věcí (dále jen MPSV). Tento strategický přístup má za účel připravit společnost na stárnutí, reagovat na problémy týkající se dnešních seniorů, formulovat opatření přípravy na stárnutí společnosti jako celku, ale zároveň zahrnout obyvatele všech věkových kategorií (MPSV, 2019).

MPSV (2019) vydalo Desatero přípravy na stárnutí společnosti, které je v souladu se Strategií přípravy na stárnutí společnosti pro období 2019–2025:

- spravedlivé důchody;
- dostupnější a kvalitnější sociální a zdravotní služby;
- dostupnější a bezbariérové bydlení pro seniory;
- podpora sandwichové generace a neformálních rodinných pečujících;
- příprava státu na stárnutí společnosti;
- podpora rodiny a mezilidských vztahů;
- bezpečný život seniorů, boj proti násilí a tzv. šmejdům, zvýšení ochrany spotřebitele;
- celoživotní učení a aktivní stárnutí;
- bezbariérový veřejný prostor;
- osvěta a medializace tématu stárnutí.

Politika stárnutí a příprava na demografické změny ve společnosti se týká různých aktérů: celkový rámec a podmínky pro přípravu na stárnutí zaštiťuje stát, přičemž v naplňování tohoto rámce je naprosto klíčová role dalších aktérů, zejména pak krajů a obcí, ale také zaměstnavatelů, neziskového sektoru, akademické sféry či médií (MPSV, 2019). Příprava na stárnutí ale není jen záležitost společenských institucí, ale i jednotlivců jako takových, kdy by měl každý z nás vyrůstat, dospívat a žít s vědomím, že bude stárnout v dlouhodobé společnosti a podle toho by se měl rozhodovat a na stárnutí se připravovat (Ondrušková a Krahulcová, 2020).

3.4 Sociální služby města Čáslavi

Předchozí kapitoly měly za cíl charakterizovat základní pojmy související s problematikou této práce, ať už se jedná o definování pojmů stáří a stárnutí, nebo mediální obraz, který úzce souvisí s touto prací. Tato podkapitola se pokusí přiblížit, jaké sociální služby v městě Čáslavi jsou dostupné pro seniory.

Zde považuji za vhodné charakterizovat město Čáslav. Čáslav je české město ležící ve Středočeském kraji v okrese Kutná Hora, které bylo založené v roce 1264 za vlády Přemysla Otakara II. Dle Českého statistického úřadu žilo v Čáslavi na konci roku 2019 něco málo přes 10 tisíc obyvatel (ČSÚ, 2019). Z Čáslavi pochází mnoho vynikajících sportovců, mezi ty nejznámější patří například běžkyně Jarmila Kratochvílová.

Sociální služby ve městě Čáslavi, stejně jako v jiných částech našeho státu, mají svoji nezastupitelnou roli. To se týká všech oblastí sociálních služeb. Sociální služby v Čáslavi jsou velmi dobře zabezpečeny na webových stránkách města, kde potenciální uživatel zjistí veškeré potřebné informace o dané sociální službě.

Tabulka č. 2: Přehled jednotlivých typů sociálních služeb ve městě Čáslavi

Druh sociální služby	Počet poskytovatelů
Odborné sociální poradenství	1
Pečovatelská služba	1
Odlehčovací služby	2
Denní stacionáře	4
Domovy pro seniory	2
Domovy se zvláštním režimem	2

Zdroj: Registr poskytovatelů sociálních služeb

Sociální služby na území města Čáslavi pro cílovou skupinu seniorů nabízí řada poskytovatelů. Záleží na tom, o jakou sociální službu senioři projeví zájem, nebo jakou sociální službu potřebují. Mezi služby odborného sociálního poradenství řadíme Občanskou poradnu Čáslav, která je bezplatná a mohou ji využít občané všech věkových kategorií, tedy i senioři. Mezi služby, které nabízí seniorům služby ve vlastním domácím zařízení patří Anima Čáslav. Uživatelé, kteří potřebují kromě péče o vlastní osobu i ubytování, si mohou vybrat ze dvou domovů pro seniory, nebo ze dvou domovů se zvláštním režimem.

2 Cíl práce a hypotézy

2.1 Cíl práce

Cílem práce je zjistit, jak hodnotí obyvatelé města Čáslavi mediální obraz seniorů ve společnosti.

2.2 Výzkumné otázky

VO1: Jak hodnotí obyvatelé města Čáslavi mediální obraz seniorů ve společnosti?

VO2: Jaká mediální témata o seniorech převažují?

VO3: Jaké pocity vyvolává mediální obraz seniorů?

VO4: Jak vnímá mladá generace ve věku od 18 do 30 let společenské stereotypy o stáří zmíněné v dotazníku?

2.3 Hypotézy

V rámci výzkumu a souvislosti s výše uvedeným cílem byly stanoveny tyto hypotézy:

Hypotéza č. 1: U respondentů při hodnocení mediálního obrazu seniorů v Čáslavi převažuje pozitivní hodnocení nad negativním.

Hypotéza č. 2: Témata týkající se zdraví a zdravotního stavu u seniorů mají statisticky významnější zastoupení v médiích než témata týkající se kriminality páchané na seniorech.

Hypotéza č. 3: U respondentů při hodnocení mediálního obrazu seniorů má statisticky významnější zastoupení pocit soucitu než pocit pohoršení.

Hypotéza č. 4: Mladší lidé vykazují vyšší míru předsudků o seniorech než starší lidé.

2.4 Operacionalizace pojmů

V rámci práce s hypotézami byla uskutečněna operacionalizace pojmů mediální obraz, pozitivní hodnocení, negativní hodnocení, mladší a starší lidé.

Mediální obraz – Souhrnné označení pro celkové vyznění zpráv o subjektu, které uveřejnila média. Pro tuto práci jako subjekt považujeme seniory.

Pozitivní hodnocení – Pro toto hodnocení bude použita otázka z dotazníku, a to konkrétně otázka číslo 2.

Negativní hodnocení – Pro toto hodnocení bude použita otázka z dotazníku, a to konkrétně otázka číslo 2.

Mladší lidé – Pro toto hodnocení využijeme všechny respondenty, kteří v dotazníku uvedli, že patří do věkové kategorie 18-30 let.

Starší lidé – Pro toto hodnocení využijeme všechny respondenty, kteří v dotazníku uvedli, že patří do věkové kategorie 51-64 let.

3 Metodika práce

3.1 Použitá metoda a technika sběru dat

V rámci výzkumu jsem se rozhodla pro kvantitativní výzkumnou strategii. V kvantitativní části výzkumu byla potřebná data získána pomocí metody dotazování, techniky dotazníku. Pro výzkum byl zkonstruován vlastní dotazník, který je stejně jako rozhovor velmi často využíván v sociálních výzkumech. Při sběru dat byla použita metoda dotazování s využitím techniky sémantického diferenciálu a Likertovy škály. Kvantitativní výzkumy se obvykle zaměřují na větší část populace, a kladou důraz na maximální reprezentativnost.

Sémantický diferenciál se měří pomocí určitého počtu posuzovaných škál, nejčastěji sedmibodových. Respondenti zaznamenávají svoje mínění o posuzovaných objektech výběrem určitého bodu na těchto škálách. U škál jsou krajní body vytvořeny pomocí dvojice antonym (slov protikladného významu).

3.2 Vytvoření dotazníku

Dotazník je sestaven z velké části pomocí Likertovy škály, kde se otázky týkají názorů veřejnosti na mediální obraz seniorů. Dotazník je dále tvořen jednou tabulkou, kterou jsem sestavila podle sémantického diferenciálu, ve které respondenti zaznamenávali vlastnosti, které podle nich média připsují seniorům při jejich mediální reprezentaci. Tabulka obsahuje sedm protikladných slov a každý respondent mohl zvolit číslo od jedné do pěti.

V závěru dotazníku jsou identifikační otázky, které slouží pro bližší identifikaci respondenta, tedy jeho pohlaví, věk a vzdělání.

Byl sestaven anonymní dotazník, který byl poté distribuován laické veřejnosti, respektive jedincům žijícím na území města Čáslavi. Dotazník byl sestaven na základě studia odborné literatury a otázky byly položeny tak, abych zjistila, jaký pohled má společnost na mediální obraz seniorů. V rámci tohoto výzkumu se jednalo o obyvatele města Čáslavi.

Dotazník uvádím v celém znění v příloze č. 1.

3.3 Charakteristika výzkumného souboru

Výzkum byl realizován u obyvatel města Čáslavi. Podle údajů Českého statistického úřadu z roku 2019 má město Čáslav 6 402 obyvatel ve věku od 18 do 64 let. Vzhledem k

velkému počtu obyvatel základního souboru nebylo možné realizovat výzkum na celé populaci souboru.

Po zadání počtu obyvatel do vzorce Survey Sample Size Calculator, při hladině spolehlivosti 95 % a tolerancí chyb 5 % vyšla optimální velikost vzorku na 362 dotazníků. Základní soubor tvoří respondenti od 18 do 64 let. Respondenti budou osloveni náhodným výběrem.

3.4 Proces sběru dat

Nejprve byl proveden předvýzkum z důvodu odhalení možných chyb v dotazníku a jejich korekce v primárním výzkumu. Cílem předvýzkumu bylo zjistit, zda jsou otázky v dotazníku srozumitelné. Předvýzkum byl proveden na malé skupině dotazovaných.

Proces sběru dat probíhal od 15.1.2021 do 28.2.2021. Distribuce dotazníků probíhala pouze elektronickou formou. Elektronický dotazník byl zveřejněn na oficiálních webových stránkách města Čáslav. Toto zveřejnění proběhlo po domluvě se zástupci města Čáslav. Dále byl dotazník zveřejněn na facebookové skupině Čáslav – město, které máme rádi. U obou zveřejněných odkazů bylo vysvětleno, k čemu daný dotazník slouží, a také bylo zdůrazněno, že je potřeba, aby tento dotazník vyplnili pouze osoby žijící ve městě Čáslavi. Návratnost dotazníků je 75 %.

3.5 Metoda vyhodnocení dat

Po ukončení sběru dat byly jednotlivé odpovědi dotazníkového šetření zadány do programu MS Excel. Pomocí tohoto programu byly vytvořeny tabulky a grafy, které obsahují všechny zjištěné údaje z dotazníku, a dále sloužily pro další statistické vyhodnocení dat. Testování hypotéz proběhlo v programu SPSS, kde byl využit Chí-kvadrát test neboli test dobré shody.

Pro vyhodnocení hypotéz byla využita metoda, která se využívá pro vyhodnocení hypotéz pomocí Chí-Kvadrát testu (χ^2). Při vyhodnocování hypotéz metodou Chí-kvadrát testu jsem postupovala tak, že jsem si nejprve zformulovala nulové (H_0) a alternativní hypotézy (H_1) spolu s hladinou významovosti α (většinou $\alpha = 0,05$). Dále bylo zvoleno vhodné testovací kritérium a jeho pravděpodobnostní rozdělení při platnosti H_0 . Následující kroky byly nezbytné k vymezení kritického oboru s ohledem na formulaci hypotézy H_1 , výpočet testovacího kritéria G a určení jeho kritických hodnot. Jestliže pak tyto hodnoty ležely v kritickém oboru, pak se tato hypotéza H_0 zamítá a tvrdíme, že s

pravděpodobností $1 - \alpha$ platí hypotéza H_1 . Pokud ale kritérium G leží v oboru přijetí, pak hypotézu H_1 považujeme za neprokázanou.

3.6 Etika výzkumu

Pokládám za důležité na tomto místě uvést opatření, která byla využita v rámci výzkumného šetření se záměrem dodržet etické principy výzkumu. Jednalo se o následující kroky:

- účast na výzkumném šetření byla zcela dobrovolná, každý respondent mohl participaci na výzkumu odmítnout,
- v rámci výzkumu budou vyžadovány pouze takové informace, jejichž poskytnutí bude zaručovat anonymitu všem zúčastněným,
- všichni respondenti budou mít možnost v případě zájmu nahlédnout do výsledků šetření.

Všichni účastníci výzkumu byli seznámeni s tématem a cílem mé práce, zároveň účastníci výzkumu byli seznámeni s tím, že získané informace jsou zcela anonymní a budou využity pouze pro účely mého výzkumu.

4 Výsledky

V této kapitole je uvedena analýza dat získaná z vyplněných dotazníků. Jsou zde taktéž uvedeny konkrétní výsledky, které z výzkumu vyplynuly. Jednotlivé dotazníkové otázky jsou popsány a znázorněny v tabulkách níže.

4.1 Popisná statistika

Na výzkumu v rámci diplomové práce se podílelo celkem 273 respondentů, obyvatelé města Čáslavi.

1. Jaké je Vaše pohlaví?

Z níže uvedené tabulky vyplývá, že se výzkumného šetření zúčastnilo 198 žen a 75 mužů. Na první pohled je patrné, že se na výzkumném šetření podílelo více žen než mužů. Procentuální rozložení udává tabulka č. 3.

Tabulka č 3: Složení respondentů dle pohlaví

Odpověď	Text odpovědi	Počet odpovědí	Výsledek v %
A	Žena	198	73 %
B	Muž	75	27 %
Celkem		273	100 %

Zdroj: vlastní výzkum

2. Kolik je Vám let?

Největší počet respondentů z celkového počtu tvořila skupina osob ve věku 18-30 let.

Nejvyšší zastoupení u žen tvořila skupina žen ve věku 18-30 let (46 %), nejmenší počet žen ve výzkumném šetření tvořila skupina žen ve věku 31-50 let (19 %) a zbylých 35 % tvořila skupina žen ve věku 51-64 let.

Nejvyšší zastoupení u mužů tvořila stejně jako u žen skupina ve věku 18-30 let (39 %), nejnižší zastoupení měla skupina mužů ve věku 31-50 let (26 %) a zbylých 35 % tvořila skupina mužů ve věku 51-64 let.

Tabulka č 4: Věková struktura

Odpověď	Text odpovědi	Počet odpovědí	Výsledek v %
A	18-30	121	44 %
B	31-50	57	21 %
C	51-64	95	35 %
Celkem		273	100 %

Zdroj: vlastní výzkum

3. Jaké je Vaše nejvyšší dosažené vzdělání?

Z níže uvedené tabulky č. 5 vyplývá, že největší počet respondentů, kteří se účastnili výzkumného šetření patří do skupiny s dokončeným středním vzděláním s maturitou. Naopak nejnižší počet respondentů tvořila skupina, která má dokončené základní vzdělání.

Tabulka č 5: Dosažené vzdělání

Odpověď	Text odpovědi	Počet odpovědí	Výsledek v %
A	Základní	23	8 %
B	Střední s vyučením	37	14 %
C	Střední s maturitou	121	44 %
D	VOŠ nebo VŠ	92	34 %
Celkem		273	100 %

Zdroj: vlastní výzkum

4. Která média pro získávání informací preferujete?

Z tabulky číslo 6 vyplývá, že téměř většina respondentů (77 %) preferuje při získávání informací o seniirech jako hlavní zdroj informací internet. Jako druhý nejvíce preferovaný zdroj pro získávání informací o seniirech se stalo televizní vysílání, které preferuje 17 % respondentů z celkového počtu respondentů. Pouhé 3 % respondentů

dávají přednost při získávání informací rozhlasovému vysílání, a stejné procentní zastoupení 3 % získal i periodický tisk.

Tabulka č 6: Typ preferovaného média pro získávání informací

Odpověď	Text odpovědi	Počet odpovědí	Výsledek v %
A	Televizní vysílání	46	17 %
B	Rozhlasové vysílání	9	3 %
C	Periodický tisk	7	3 %
D	Internet	211	77 %
Celkem		273	100 %

Zdroj: vlastní výzkum

5. Jaký mediální obraz podle Vás média o seniorech vytváří?

Z tabulky č. 7 vyplývá, že 45 % respondentů se shoduje na tom, že mediální obraz, který média a seniorech vytváří je spíše špatný až rozhodně špatný. 43 % respondentů uvedlo, že mediální obraz, který média o seniorech vytváří je přiměřený, tedy, že není špatný, ale ani dobrý. Pouhých 12 % respondentů uvedlo, že mediální obraz, který nám média a seniorech předkládají je spíše dobrý, nebo rozhodně dobrý.

Tabulka č 7: Mediální obraz seniorů

Odpověď	Text odpovědi	Počet odpovědí	Výsledek v %
A	Rozhodně špatný	14	5 %
B	Spíše špatný	109	40 %
C	Přiměřený	118	43 %
D	Spíše dobrý	27	10 %
E	Rozhodně dobrý	5	2 %
Celkem		273	100 %

Zdroj: vlastní výzkum

6. V jaké souvislosti jsou podle Vás senioři v médiích nejvíce zmiňováni?

Respondenti mohli vybrat pouze 1 odpověď, která podle nich nejvíce odpovídala otázce.

Z níže uvedené tabulky číslo 8 je patrné, že více než 50 % respondentů uvedlo, že podle nich jsou senioři v médiích nejvíce zmiňováni v souvislosti se zdravím a jejich zdravotním stavem. Poté se dle respondentů nejčastěji v médiích v souvislosti se seniory objevují témata, která se týkají ekonomických problémů spojených se životem seniorů, kdy tuto variantu zvolilo 23 % respondentů. Na předposledním místě se v souvislosti s mediální reprezentací seniorů umístila kriminalita neboli trestná činnost páchaná na seniorech, kdy tuto variantu zvolilo 11 % respondentů. Nejméně se v médiích v souvislosti se seniory dle respondentů mluví o kulturních a společenských akcích pořádaných pro seniory, kdy tuto odpověď zvolilo pouhé 2 % respondentů.

Tabulka č. 8: Souvislost zmiňování seniorů v médiích

Odpověď	Text odpovědi	Počet odpovědí	Výsledek v %
A	Zdraví a zdravotní stav	140	51 %
B	Kriminalita (trestná činnost spáchaná na seniorech)	29	11 %
C	Ekonomické problémy spojené se životem seniorů	62	23 %
D	Sociální služby	37	14 %
E	Kulturní a společenské akce pořádané pro seniory	5	2 %
Celkem		273	100 %

Zdroj: vlastní výzkum

7. Jaké pocity ve Vás vyvolávají informace o seniorech v médiích?

Z níže uvedené tabulky číslo 9 je zřejmé, že nejvíce respondentů uvedlo, že informace, které média o seniorech prezentují v nich vyvolávají pocit soucitu. Dále 33 % respondentů uvedlo, že informace, které média o seniorech prezentují v nich vyvolávají

neutrální pocity, tedy nevyvolávají vyloženě negativní pocity, nebo vyloženě pozitivní pocity. U 19 % respondentů vyvolávají informace o seniirech v médiích pohoršení a u 10 % vyvolávají informace hněv. Pouhé 3 % respondentů z celkového počtu respondentů uvedli, že v nich informace o seniirech v médiích vyvolávají radost.

Tabulka č. 9: Pocity respondentů vztahující se k prezentování seniorů v médiích

Odpověď	Text odpovědi	Počet odpovědí	Výsledek v %
A	Hněv	28	10 %
B	Pohoršení	53	19 %
C	Neutrální pocity	89	33 %
D	Soucit	96	35 %
E	Radost	7	3 %
Celkem		273	100 %

Zdroj: vlastní výzkum

8. Jaký mají podle Vás média vliv na utváření postojů a chování mladé generace k seniorům?

Z níže uvedené tabulky č. 10 je zřejmé, že nejvíce respondentů (38 %) uvedlo, že média mají na utváření postojů a chování mladé generace k seniorům spíše velký vliv. Poté nejvíce respondentů (28 %) uvedlo, že podle nich mají média na utváření postojů a chování mladé generace k seniorům spíše malý vliv. Dále 19 % uvedlo, že média mají neutrální vliv na utváření postojů a chování mladé generace k seniorům. U 9 % respondentů se ukázalo, že si myslí, že média mají vliv na utváření postojů a chování mladé generace k seniorům rozhodně velký a naopak 7 % respondentů uvedlo, že média mají rozhodně malý vliv na utváření postojů a chování mladé generace k seniorům.

Tabulka č. 10: Vliv médií na utváření postojů a chování mladé generace k seniorům

Odpověď	Text odpovědi	Počet odpovědí	Výsledek v %
A	Rozhodně malý	20	7 %
B	Spíše malý	75	28 %
C	Neutrální	52	19 %
D	Spíše velký	101	37 %
E	Rozhodně velký	25	9 %
Celkem		273	100 %

Zdroj: vlastní výzkum

9. Přispívá podle Vás mediální obraz seniorů k jejich lepšímu začlenění se do společnosti?

Tabulka č. 11 shrnuje názor respondentů, zdali mediální obraz seniorů, který média prezentují přispívá k lepšímu začlenění seniorů do společnosti. Nejvíce respondentů (50 %) uvedlo, že mediální obraz spíše nepřispívá k začlenění seniorů do společnosti. K tomuto názoru se přidává dalších 12 % respondentů, kteří uvedli, že mediální obraz, který média o seniorech vytváří rozhodně nepřispívá k jejich lepšímu začlenění se do společnosti. 18 % respondentů zvolilo odpověď nevím. Pouhých 20 % respondentů uvedlo, že si myslí, že mediální obraz seniorů, který média o seniorech vytváří spíše přispívá k jejich lepšímu začlenění se do společnosti. Pouze 1 z respondentů z celkového počtu 273 respondentů odpověděl, že podle něj mediální obraz seniorů rozhodně přispívá k jejich lepšímu začlenění se do společnosti.

Pokud si tabulku č. 11 shrneme: Více než polovina z celkového počtu respondentů, přesněji řečeno 62 % respondentů zastává názor, že mediální obraz seniorů, který média o seniorech prezentují nepřispívá k jejich lepšímu se začlenění do společnosti.

Tabulka č. 11: Začleňování seniorů do společnosti v souvislosti s mediálním obrazem

Odpověď	Text odpovědi	Počet odpovědí	Výsledek v %
A	Rozhodně ne	34	12 %
B	Spíše ne	135	50 %
C	Nevím	49	18 %
D	Spíše ano	54	20 %
E	Rozhodně ano	1	0 %
Celkem		273	100 %

Zdroj: vlastní výzkum

10. Jaké je podle Vás postavení seniorů v naší současné společnosti?

Výše uvedená otázka měla za cíl zjistit, jaké je dle respondentů postavení seniorů ve společnosti. Z níže uvedených výsledků je patrné, že nejvíce respondentů (49 %) se shoduje na tom, že postavení seniorů v naší současné společnosti je spíše špatné. Velmi špatné postavení zvolilo 4 % respondentů. Neutrální postavení seniorů ve společnosti vnímá 24 % respondentů. Jako spíše dobré postavení seniorů ve společnosti uvedlo 22 % respondentů a pouhé 1 % respondentů, což odpovídá 3 respondentů z celkové počtu respondentů uvedlo, že současné postavení seniorů v naší společnosti je velmi dobré.

Tabulka č. 12. Postavení seniorů ve společnosti

Odpověď	Text odpovědi	Počet odpovědí	Výsledek v %
A	Velmi špatné	11	4 %
B	Spíše špatné	133	49 %
C	Neutrální	66	24 %
D	Spíše dobré	60	22 %
E	Velmi dobré	3	1 %
Celkem		273	100 %

Zdroj: vlastní výzkum

11. Jsou podle Vás média zdrojem, který přispívá k diskriminaci seniorů?

Výše uvedená otázka měla za cíl zjistit, jaký názor mají respondenti, kteří se zúčastnili výzkumného šetření ohledně diskriminace seniorů způsobené jejich mediální reprezentací. Pokud sečteme možnosti odpovědí rozhodně ne a spíše ne, dostaneme celkový výsledek 39 %. Tedy 39 % respondentů zastává názor, že mediální reprezentace seniorů nepřispívá k diskriminaci seniorů. Dalších 21 % respondentů k této otázce zvolilo odpověď „nevím“. Pokud sečteme i poslední dvě možnosti, které jsou spíše ano a rozhodně ano (tzn., že média se mohou spíše až rozhodně podílet na diskriminaci seniorů) dostaneme celkem 40 %. Z níže uvedené tabulky č. 13 vyplývá, že o pouhé 1 % převyšuje zastoupení, kdy respondenti zvolili možnost, že média se mohou spíše až rozhodně podílet na diskriminaci seniorů.

Tabulka č. 13: Diskriminace seniorů spojená s mediální reprezentací seniorů

Odpověď	Text odpovědi	Počet odpovědí	Výsledek v %
A	Rozhodně ne	27	10 %
B	Spíše ne	78	29 %
C	Nevím	59	21 %
D	Spíše ano	91	33 %
E	Rozhodně ano	18	7 %
Celkem		273	100 %

Zdroj: vlastní výzkum

12. Staří lidé jsou důležitou a ceněnou součástí společnosti

Tato otázka měla za cíl zjistit, zdali podle respondentů jsou staří lidé důležitou a ceněnou součástí společnosti. Z níže uvedené tabulky č. 14 je zřejmé, že nejvíce respondentů (44 %) zvolilo odpověď spíše souhlasím (tzn. 44 % respondentů spíše zastává názor, že staří lidé jsou důležitou a ceněnou součástí společnosti). Jako druhá nejčastěji volená možnost s 32 % se stala možnost rozhodně souhlasím (tzn. 32 % respondentů zastává názor, že staří lidé jsou rozhodně důležitou a ceněnou součástí společnosti). Pokud sečteme

možnosti odpovědí, kde respondenti mohli zvolit z možností „spíše nesouhlasím“ a „rozhodně nesouhlasím“ dostaneme celkový součet 15 %. Tedy 15 % respondentů zastává názor, že spíše až rozhodně nesouhlasí s otázkou, zdali jsou staří lidé důležitou a ceněnou součástí společnosti. Zbylých 9 % respondentů zvolilo odpověď „nevím“.

Tabulka č. 14: Senioři jako důležitá součást společnosti

Odpověď	Text odpovědi	Počet odpovědí	Výsledek v %
A	Rozhodně nesouhlasím	5	2 %
B	Spíše nesouhlasím	36	13 %
C	Nevím	23	9 %
D	Spíše souhlasím	121	44 %
E	Rozhodně souhlasím	88	32 %
Celkem		273	100 %

Zdroj: vlastní výzkum

13. Jaké vlastnosti jsou podle Vás typické pro seniory?

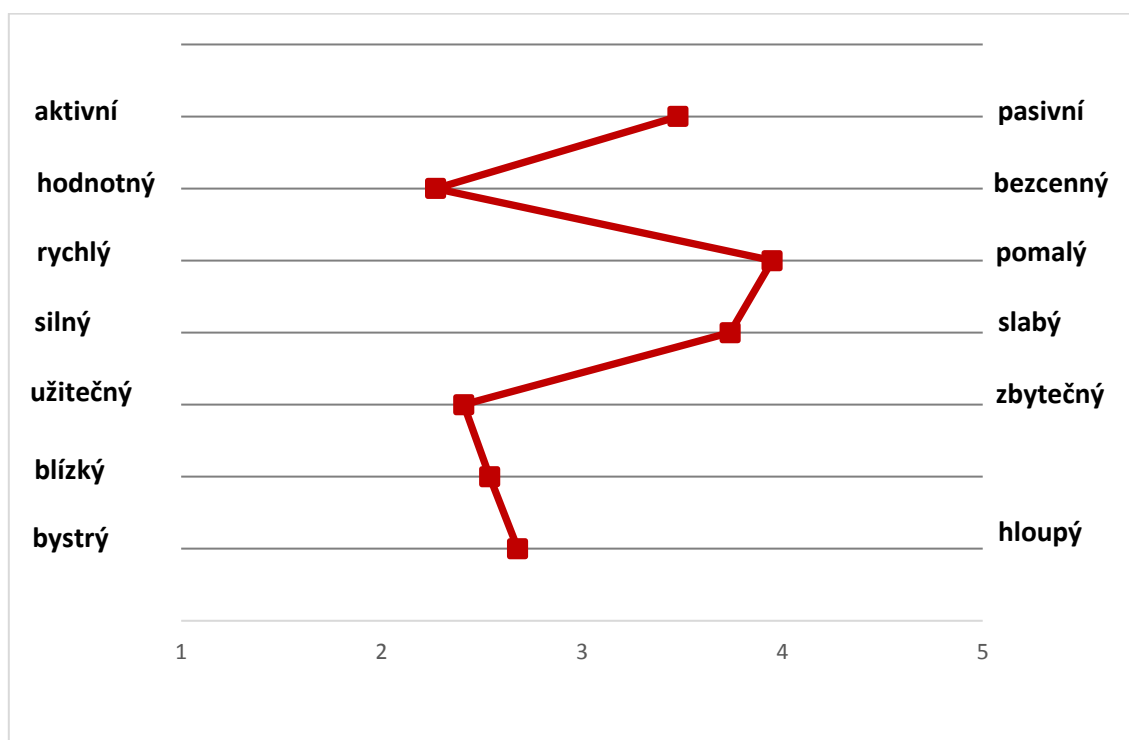
Výsledky sémantického diferenciálu jsou zobrazeny na obrázku č. 2. a v tabulce č. 15. Obrázek č. 2 ukazuje, jaké vlastnosti připisují obyvatelé města Čáslavi seniorům. Uváděné hodnoty posuzovaných vlastností jsou blízké průměru 3,01. Dotazovaní nejlépe hodnotili vlastnost „hodnotný“, kdy průměrná hodnota činila 2,27. Jako nejhůře hodnocená vlastnost seniorů se dle respondentů stala vlastnost „pomalost, kdy její průměrná hodnota byla 3,95. V tabulce č. 15 jsou zobrazeny průměry celkového vnímání vlastností seniorů obyvateli ve městě Čáslavi.

Tabulka č. 15: Celkové průměry vlastností seniorů dle obyvatel Čáslavi

Vlastnosti	Průměr	Vlastnosti
Aktivní	3,48	Pasivní
Hodnotný	2,27	Bezcenný
Rychlý	3,95	Pomalý
Silný	3,74	Slabý
Užitečný	2,41	Zbytečný
Blízký	2,54	Vzdálený
Bystrý	2,68	Hloupý

Zdroj: vlastní výzkum

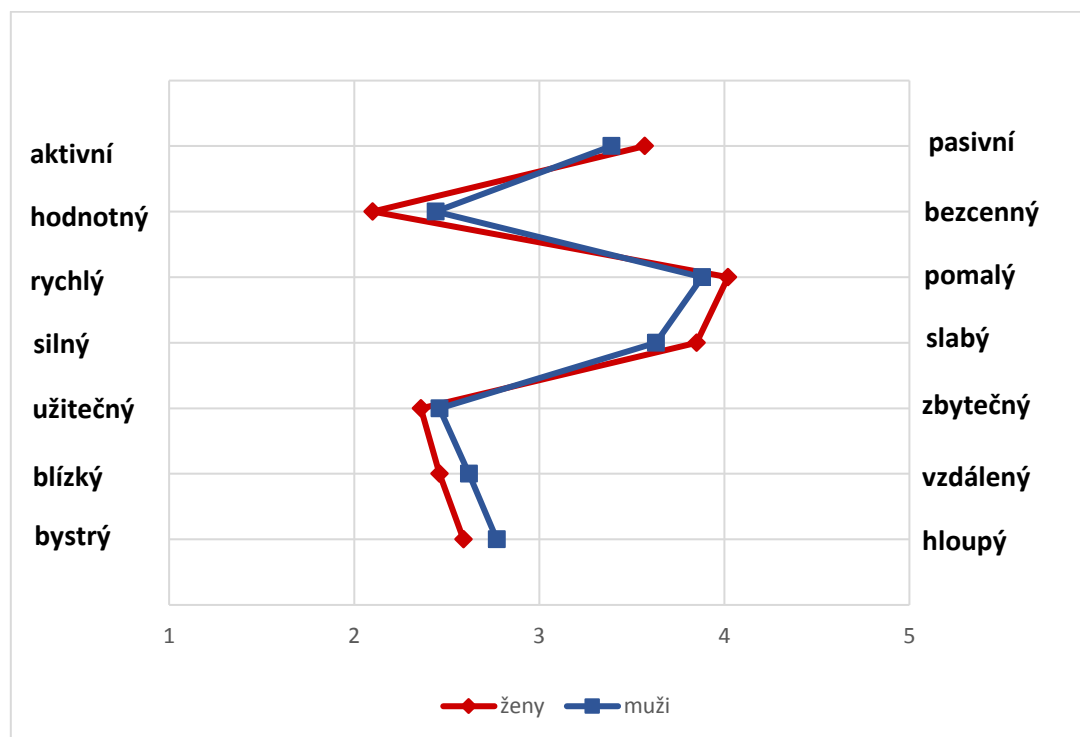
Obrázek č. 2: Vlastnosti vystihující seniory



Zdroj: vlastní výzkum

V rámci zjišťování vlastností je třeba vyhodnotit, jak posuzují jednotlivé vlastnosti seniorů muži a ženy. Na obrázku č. 3 a v tabulce č. 16 můžeme vidět, že ženy i muži nejlépe hodnotí vlastnost „hodnotný“ a nejhůře obě pohlaví hodnotí vlastnost „pomalý“. Muži u seniorů hodnotí lépe než ženy 3 vlastnosti: aktivní, rychlý a silný.

Obrázek č. 3: Vlastnosti typické pro seniory dle pohlaví



Zdroj: vlastní výzkum

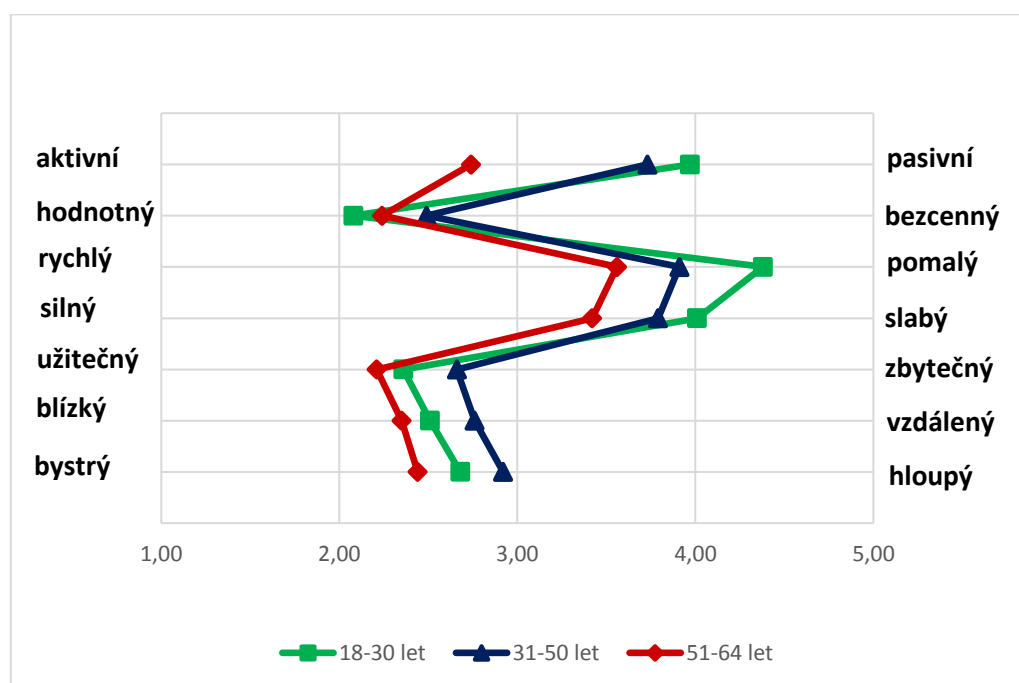
Tabulka č. 16: Průměry posuzovaných vlastností u seniorů dle pohlaví

Vlastnosti	Ženy	Muži	Vlastnosti
Aktivní	3,57	3,39	Pasivní
Hodnotný	2,10	2,44	Bezcenný
Rychlý	4,02	3,88	Pomalý
Silný	3,85	3,63	Slabý
Užitečný	2,36	2,46	Zbytečný
Blízký	2,46	2,62	Vzdálený
Bystrý	2,59	2,77	Hloupý

Zdroj: vlastní výzkum

V rámci vyhodnocení vlastností typických pro seniory, jsem dále analyzovala vlastnosti u jednotlivých věkových kategorií. Z níže uvedeného obrázku č. 4 a tabulky č. 17 je zřejmé, že nejlépe hodnocenou vlastností se stala vlastnost „hodnotný“ a to u věkové kategorie 18-30 let. Jako nejhůře hodnocenou vlastností se stala vlastnost „pomalý“ a to také u věkové kategorie 18-30 let. Pokud se podíváme na obrázek č. 4 je zřejmé, že nejlépe vlastnosti u seniorů hodnotila věková skupina v rozmezí od 51 do 64 let, kromě vlastnosti „hodnotný“, kde dominovala skupina respondentů od 18 do 30 let.

Obrázek č. 4: Vlastnosti typické pro seniory dle věkové struktury



Zdroj: vlastní výzkum

Tabulka č. 17: Průměry posuzovaných vlastností u seniorů dle věkové struktury

Vlastnosti	18-30 let	31-50 let	51-64 let	Vlastnosti
Aktivní	3,97	3,73	2,74	Pasivní
Hodnotný	2,08	2,49	2,24	Bezcenný
Rychlý	4,38	3,91	3,56	Pomalý
Silný	4,01	3,79	3,42	Slabý
Užitečný	2,36	2,66	2,21	Zbytečný
Blízký	2,51	2,76	2,35	Vzdálený

Bystrý	2,68	2,92	2,44	Hloupý
--------	------	------	------	--------

Zdroj: vlastní výzkum

14. S jakými stereotypy jsou podle Vás nejčastěji spojováni senioři?

V níže uvedených tabulkách č. 18-24 jsou popsány vybrané stereotypy, které se šíří v naší současné společnosti o seniorech. Celkové zhodnocení daných stereotypů je uvedeno pod obrázkem č. 5.

Tabulka č. 18: Stereotyp: Člověk se stává starým dnem odchodu do důchodu

	Rozhodně nesouhlasím	Spíše nesouhlasím	Neumím posoudit	Spíše souhlasím	Rozhodně souhlasím	Celkem
Četnosti	87	88	27	53	18	273
V %	32 %	32 %	10 %	19 %	7 %	100 %

Zdroj: vlastní výzkum

Tabulka č. 19: Stereotyp: Senioři nic nedělají, lze je tedy ignorovat

	Rozhodně nesouhlasím	Spíše nesouhlasím	Neumím posoudit	Spíše souhlasím	Rozhodně souhlasím	Celkem
Četnosti	126	72	16	50	9	273
V %	46 %	26 %	6 %	18 %	3 %	100 %

Zdroj: vlastní výzkum

Tabulka č. 20: Senioři jsou nemocní, trpí Alzheimerem a potřebují dlouhodobou péči

	Rozhodně nesouhlasím	Spíše nesouhlasím	Neumím posoudit	Spíše souhlasím	Rozhodně souhlasím	Celkem
Četnosti	50	54	49	84	36	273
V %	18 %	20 %	18 %	31 %	13 %	100 %

Zdroj: vlastní výzkum

Tabulka č. 21: Stereotyp: Senioři mají jen tři zájmy – televizi, křížovky a rozebírání svých nemocí

	Rozhodně nesouhlasím	Spíše nesouhlasím	Neumím posoudit	Spíše souhlasím	Rozhodně souhlasím	Celkem
Četnosti	69	71	23	85	25	273
V %	25 %	26 %	8 %	32 %	9 %	100 %

Zdroj: vlastní výzkum

Tabulka č. 22: Stereotyp: Senioři jsou ekonomickou zátěží pro společnost

	Rozhodně nesouhlasím	Spíše nesouhlasím	Neumím posoudit	Spíše souhlasím	Rozhodně souhlasím	Celkem
Četnosti	86	57	42	56	32	273
V %	31 %	21 %	15 %	21 %	12 %	100 %

Zdroj: vlastní výzkum

Tabulka č. 23: Stereotyp: Senioři jsou ohroženi kriminalitou více než jiné věkové kategorie

	Rozhodně nesouhlasím	Spíše nesouhlasím	Neumím posoudit	Spíše souhlasím	Rozhodně souhlasím	Celkem
Četnosti	16	39	26	122	70	273
V %	6 %	14 %	10 %	45 %	25 %	100 %

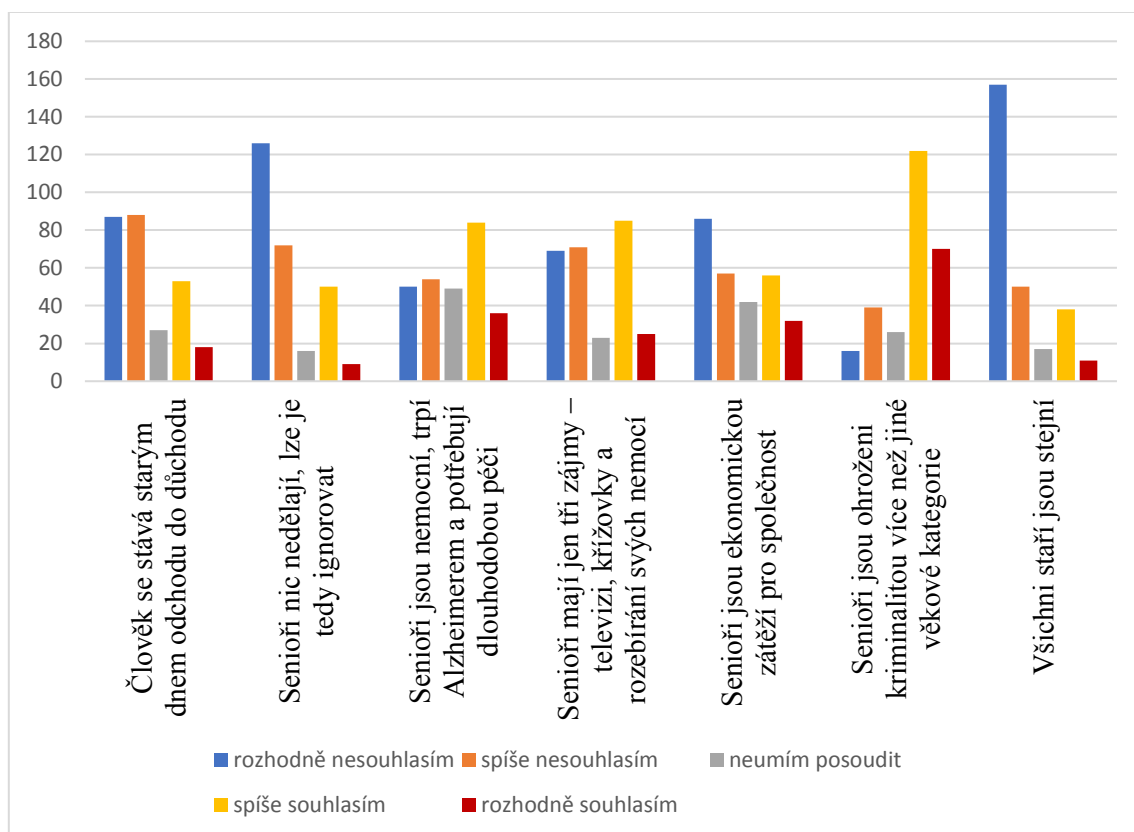
Zdroj: vlastní výzkum

Tabulka č. 24: Stereotyp: Všichni staří jsou stejní

	Rozhodně nesouhlasím	Spíše nesouhlasím	Neumím posoudit	Spíše souhlasím	Rozhodně souhlasím	Celkem
Četnosti	157	50	17	38	11	273
V %	58 %	18 %	6 %	14 %	4 %	100 %

Zdroj: vlastní výzkum

Obrázek č. 5: Posuzování stereotypů, které se pojí se seniory



Zdroj: vlastní výzkum

Z výše uvedeného obrázku č. 5 je zřejmé, že nejvíce respondentů (58 %) se shodlo na tom, že rozhodně nesouhlasí s posledním stereotypem o seniorech, a to tedy se stereotypem, který zní: Všichni senioři jsou stejní. Jako druhý stereotyp, s kterým respondenti nejvíce nesouhlasí, se stal stereotyp: Senioři nic nedělají, lze je tedy ignorovat. U tohoto stereotypu 46 % respondentů zvolilo možnost: „rozhodně nesouhlasím“. Nejvíce respondentů (25 %) uvedlo, že rozhodně souhlasí s tímto stereotypem: Senioři jsou ohroženi kriminalitou více než jiné věkové kategorie. K tomu se přidává dalších 45 % respondentů, kteří spíše souhlasí s tímto stereotypem. U jiného typu stereotypu celkem 41 % respondentů zvolilo možnost „spíše souhlasím“ a „rozhodně souhlasím“ s tímto stereotypem: Senioři jsou nemocní, trpí Alzheimerem a potřebují dlouhodobou péči.

4.2 Statistické zpracování hypotéz

Hypotézy byly testovány v programu SPSS metodou Chí-kvadrát testu dobré shody a četností. Niže uvádím stanovené hypotézy a k nim výsledky, které vznikly na základě výzkumného šetření.

Hypotéza č. 1: U respondentů při hodnocení mediálního obrazu seniorů v Čáslavi převažuje pozitivní hodnocení nad negativním

Zda pozitivní hodnocení převažuje nad negativním bylo zjišťováno pomocí četností jednotlivých odpovědí. V následující tabulce č. 25 můžeme vidět absolutní a relativní četnosti

Tabulka č. 25: Absolutní a relativní četnosti – hypotéza č. 1

	Absolutní četnosti	Relativní četnosti
Rozhodně dobrý	5	1,8
Spíše dobrý	27	9,9
Přiměřený	118	43,2
Spíše špatný	109	39,9
Rozhodně špatný	14	5,1
Celkem	273	100.0

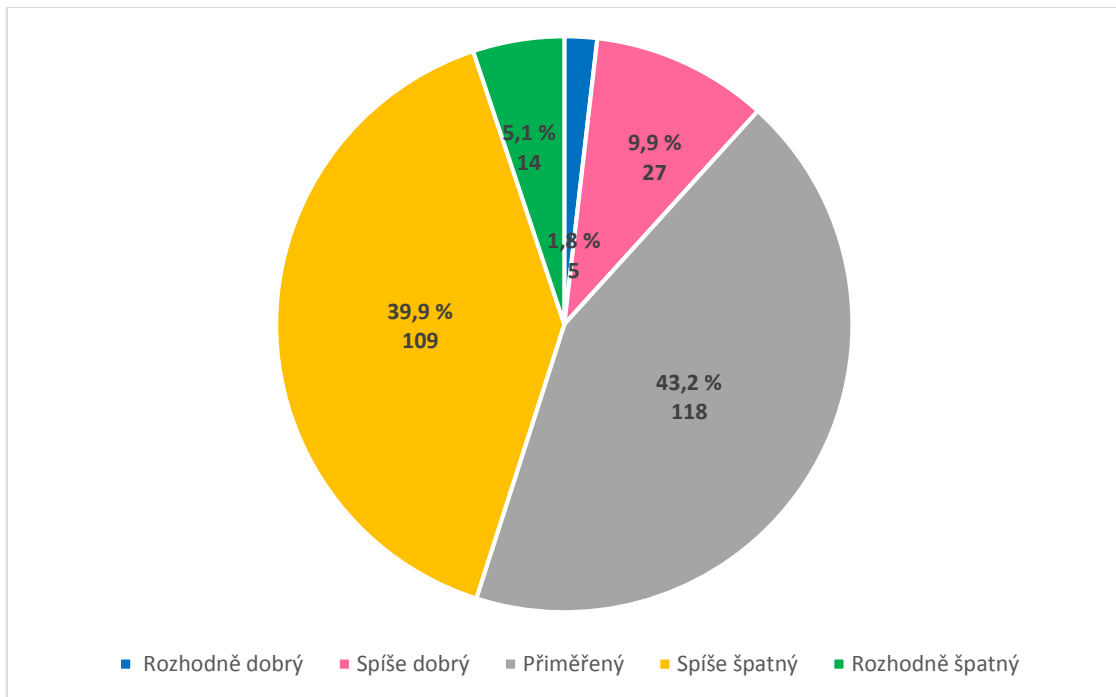
Zdroj: vlastní výzkum

Shrnutí tabulky č. 25: 11,7 % respondentů hodnotí mediální obraz seniorů jako spíše až rozhodně dobrý. Oproti tomu 45 % respondentů hodnotí mediální obraz seniorů jako spíše až rozhodně špatný.

Z tohoto zjištění vyplývá, že respondenti hodnotí mediální obraz seniorů spíše negativně než pozitivně.

Z tohoto důvodu **zamítám hypotézu č. 1.**

Obrázek č. 6: Hodnocení mediálního obrazu seniorů dle četností



Zdroj: vlastní výzkum

Mediální obraz dle věku

Dále jsem navázala na hypotézu č. 1 a rozhodla jsem se porovnat hodnocení mediálního obrazu seniorů mezi jednotlivými věkovými kategoriemi. Věkové kategorie v dotazníku byly celkem 3, viz. Příloha: Dotazník.

Porovnávala jsem mediální obraz dle jednotlivých věkových skupin a zjišťovala jsem, jaký názor převažuje v každé z nich. Pomocí **Chí-kvadrát testu** jsem otestovala, zda je rozdíl mezi skupinami statisticky významný.

Tento test je založen na porovnání rozdílů četností mezi pozorovanými a očekávanými hodnotami. Mezi pozorované četnosti jsem zařadila počty získané vyhodnocením dotazníku. Očekávané četnosti byly poté spočítány pomocí vzorce:

$$n'_{ij} = \frac{n_{i*}n_{j*}}{n}$$

kde n'_{ij} je očekávaná hodnota v i -tém řádku a j -té sloupci, n_{i*} je součet i -tého řádku a n_{j*} součet j -tého sloupce. N je celkový počet hodnot.

Pokud je p-hodnota menší než 0,05, zamítáme nulovou hypotézu a usuzujeme, že mezi jednotlivými věkovými skupinami a jejich hodnocením mediálního obrazu seniorů je statisticky významný rozdíl.

Předpoklady použití:

- alespoň 80 % buněk kontingenční tabulky má očekávanou četnost větší než 5;
- všechny očekávané četnosti jsou větší než 2.

Aby byly splněny předpoklady Chí-kvadrát testu, odpovědi: spíše dobrý a rozhodně dobrý jsem sloučila.

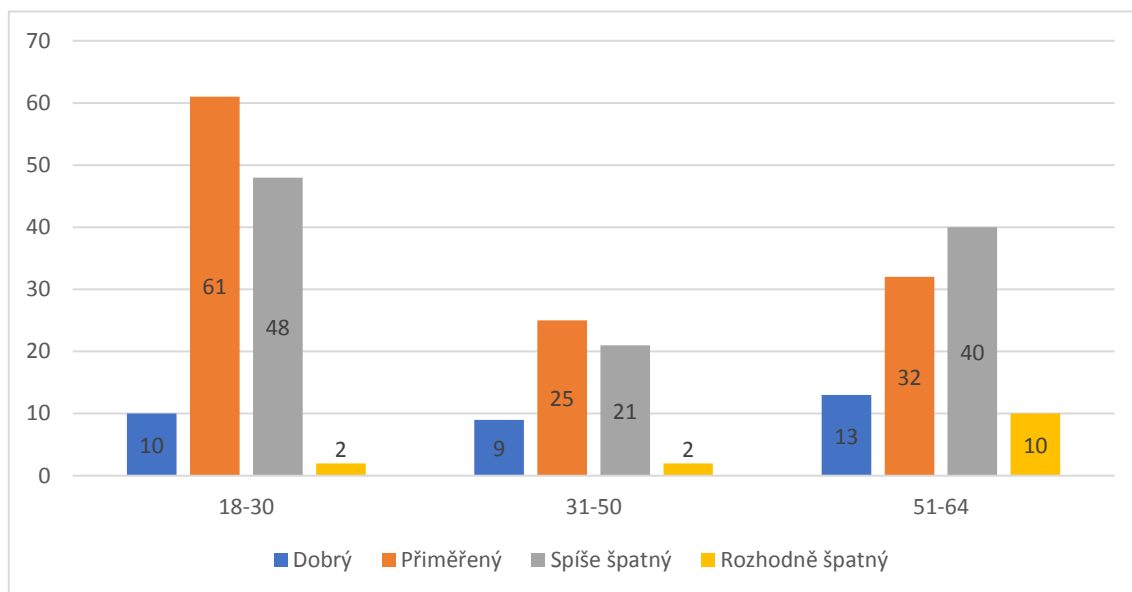
Tabulka č. 26: Mediální obraz seniorů dle věku

		Mediální obraz seniorů				Total
		Dobry	Přiměřený	Spíše špatný	Rozhodně špatný	
Věk	18-30	10	61	48	2	121
	31-50	9	25	21	2	57
	51-64	13	32	40	10	95
Total		118	14	32	109	273

Zdroj: vlastní výzkum

Nejčastější odpovědi respondentů od 18 do 30 let bylo, že mediální obraz seniorů je přiměřený (50 %). S tímto názorem se shoduje také skupina respondentů od 31 do 50 let, kdy nejčastější odpovědi respondentů ve věku 31 až 50 let bylo přiměřený. Ve skupině 31 až 50 let je to méně – 44 %. Nejčtenější odpovědi respondentů ve věku od 51 do 64 let bylo spíše špatný (42 %).

Obrázek č. 7: Hodnocení mediálního obrazu seniorů dle věku



Zdroj: vlastní výzkum

Později byl použit **Chí-kvadrát test** k otestování, zda je rozdíl mezi skupinami statisticky významný.

Testovala jsem nulovou hypotézu oproti alternativní hypotéze:

H₀: Neexistuje závislost mezi jednotlivými věkovými skupinami a jejich hodnocením mediálního obrazu seniorů

H_A: Existuje závislost mezi jednotlivými věkovými skupinami a jejich hodnocením mediálního obrazu seniorů

Tabulka č. 27: Chí-kvadrát test mediální obraz

	Hodnota	Df	P-hodnota
Pearsonův Chí-Square test	14,593 ^a	6	,024

Zdroj: vlastní výzkum

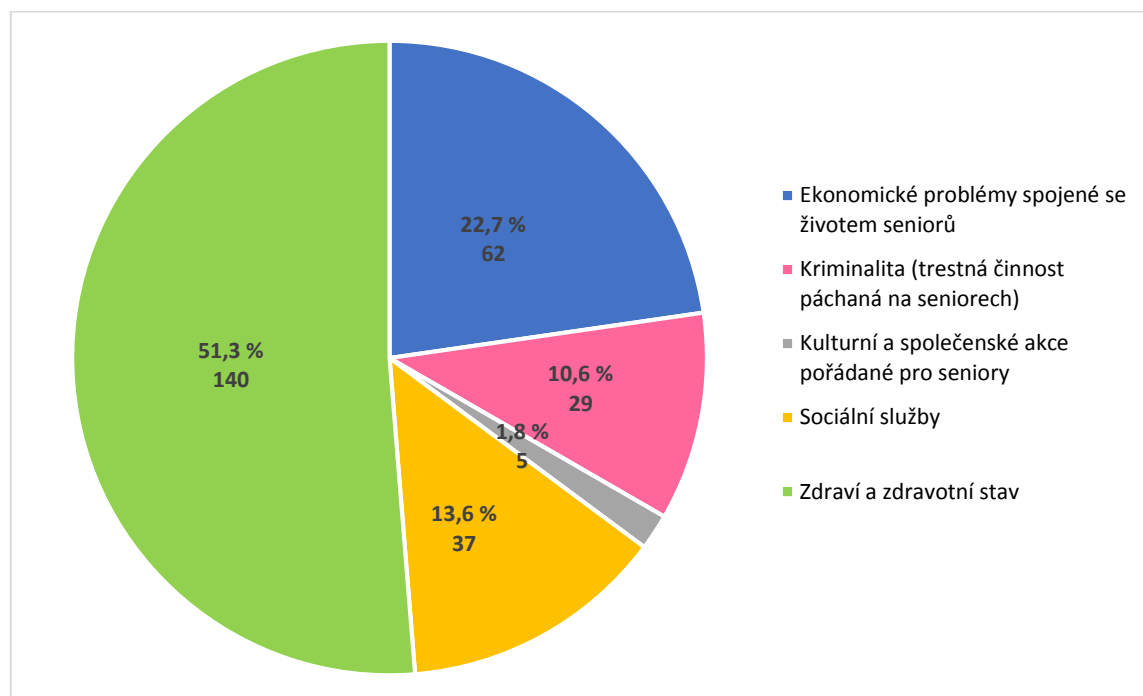
2 buňky (16,7 %) mají předpokládané četnosti nižší než 5. Minimální předpokládaná četnost je 2,92.

P-hodnota je menší než 0,05 (0,024). Z tohoto důvodu byla nulová hypotéza zamítnuta, a usuzují, že **existuje závislost mezi jednotlivými věkovými skupinami a jejich hodnocením mediálního obrazu seniorů. Respondenti starší než 51 let zastávají názor, že mediální obraz seniorů je horší oproti ostatním (mladším) respondentům.**

Hypotéza č. 2: Témata týkající se zdraví a zdravotního stavu u seniorů mají statisticky významnější zastoupení v médiích než témata týkající se kriminality páchané na seniorech.

Zda témata týkající se zdraví a zdravotního stavu seniorů převažují nad tématy týkajícími se kriminality páchané na seniorech bylo ověřeno pomocí absolutních a relativních četností jednotlivých odpovědí.

Obrázek č. 8: Témata týkající se seniorů-četnosti



Zdroj: vlastní výzkum

Tabulka č. 28: Témata týkající se seniorů dle respondentů

	Absolutní četnosti	Relativní četnosti
Ekonomické problémy spojené se životem seniorů	62	22,7
Kriminalita (trestná činnost páchaná na seniorech)	29	10,6
Kulturní a společenské akce pořádané pro seniory	5	1,8
Sociální služby	37	13,6

Zdraví a zdravotní stav	140	51,3
Celkem	273	100,0

Zdroj: vlastní výzkum

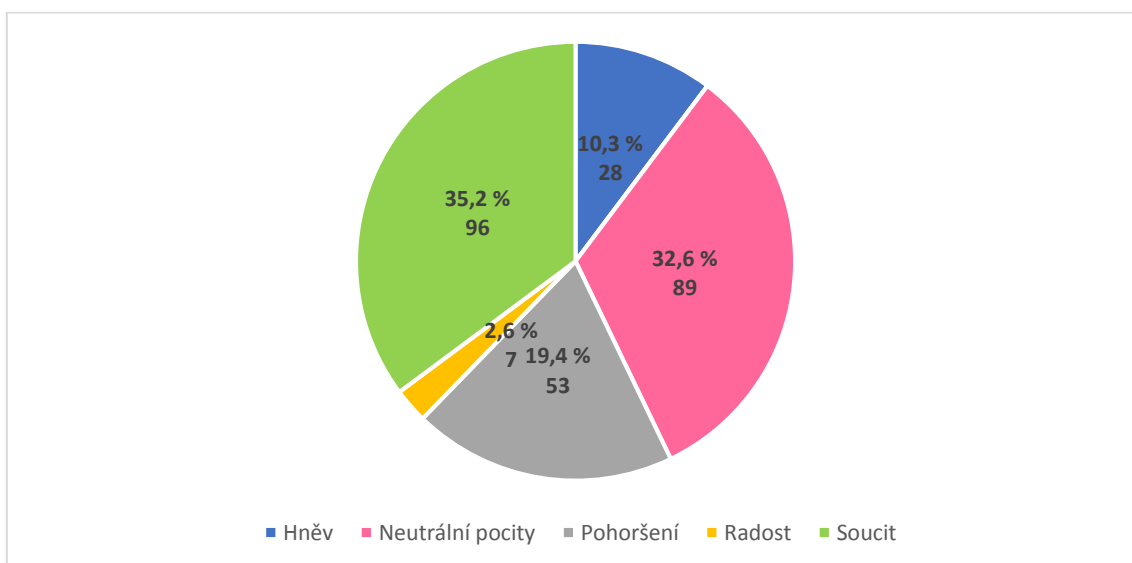
Shrnutí tabulky č. 28: Z celkového počtu respondentů 51,3 % respondentů usuzuje, že senioři jsou v médiích nejvíce zmiňováni v souvislosti s tématy, které se týkají zdraví a zdravotního stavu. Pouze 10,6 % respondentů si myslí, že převažujícím mediálním tématem pojednávajícím o seniirech je kriminalita páchaná na seniirech.

Na základě tohoto zjištění **nezamítám hypotézu č. 2**, tudíž platí, že **témata týkající se zdraví a zdravotního stavu u seniorů mají statisticky významnější zastoupení v médiích než témata týkající se kriminality páchané na seniirech.**

Hypotéza č. 3: U respondentů při hodnocení mediálního obrazu seniorů má statisticky významnější zastoupení pocit soucitu než pocit pohoršení.

Jaké pocity vyvolává mediální obraz seniorů a zda má pocit soucitu významnější zastoupení, než pocit pohoršení bylo ověřeno opět pomocí četností jednotlivých odpovědí.

Obrázek č. 9: Pocity respondentů, které vyvolává mediální obraz seniorů



Zdroj: vlastní výzkum

Tabulka č. 29: Pocity respondentů na mediální obraz seniorů

	Absolutní četnosti	Relativní četnosti
Hněv	28	10,3
Neutrální pocity	89	32,6
Pohoršení	53	19,4
Radost	7	2,6
Soucit	96	35,2
Celkem	273	100,0

Zdroj: vlastní výzkum

Shrnutí tabulky č. 29: Celkem 35,2 % respondentů usuzuje, že u nich mediální obraz seniorů, který média o seniorech prezentují vyvolává pocit soucitu. Oproti tomu 19,4 % respondentů odpovědělo, že mediální obraz seniorů u nich vyvolává pocit pohoršení. **Nezamítám proto Hypotézu č. 3. Platí, že při hodnocení mediálního obrazu seniorů má statisticky významnější zastoupení pocit soucitu než pocit pohoršení.**

Hypotéza č. 4: Mladší lidé vykazují vyšší míru předsudků o seniorech než starší lidé.

Tato hypotéza byla testována pomocí **Chí-kvadrát testu**, a měla za cíl zjistit, zdali je rozdíl mezi skupinami statisticky významný. Popis Chí-kvadrát testu a postup jeho vyhodnocení je detailněji popsán u hypotézy č. 1.

Pro vyhodnocení této hypotézy byl před samotným výzkumem zvolen tento stereotyp/předsudek týkající se seniorů: Senioři jsou nemocní, trpí Alzheimerem a potřebují dlouhodobou péči.

Tabulka č. 30: Předsudky respondentů k seniorům dle věku

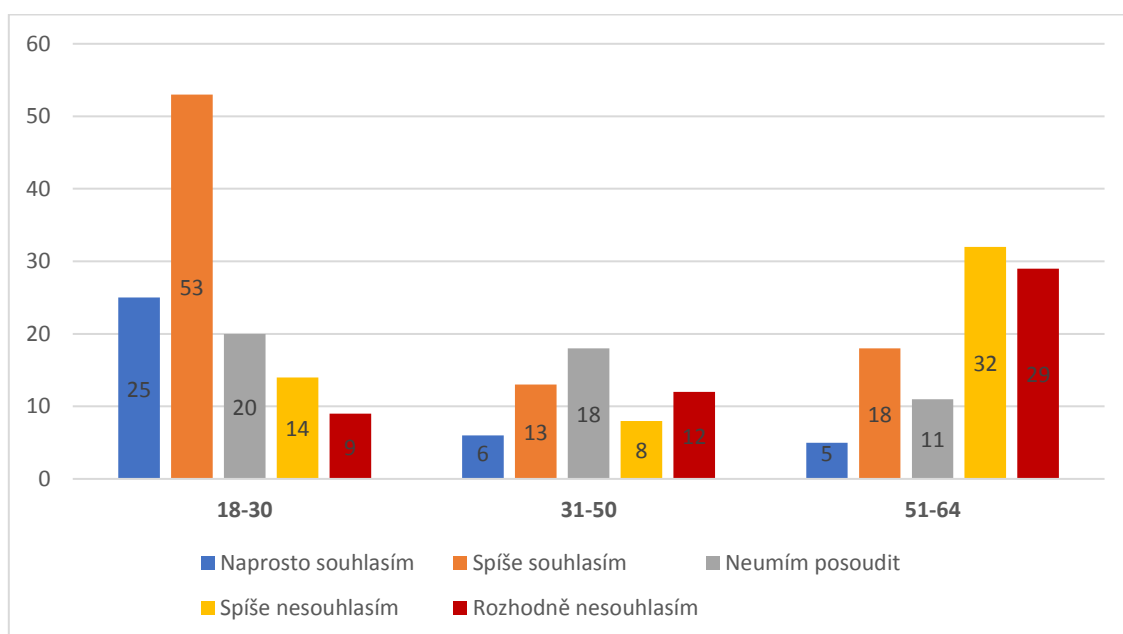
Věk		Naprostou	Spíše	Neumím	Spíše	Rozhodně	
		souhlasím	souhlasím	posoudit	nesouhlasím	nesouhlasím	
Věk	18-30	25	53	20	14	9	121
	31-50	6	13	18	8	12	57
	51-64	5	18	11	32	29	95
Celkem		36	84	49	54	50	273

Zdroj: vlastní výzkum

Nejčastější odpovědi respondentů ve věku 18 až 30 let bylo spíše souhlasím (44 %). Ve skupině 31 až 50 let bylo nejčastější odpovědi neumím posoudit (32 %). Nejčastější odpovědi respondentů ve věku od 51 do 64 let bylo spíše nesouhlasím (34 %).

Ve věku od 18 do 30 nesouhlasilo 19 % respondentů. Ve věku od 51 do 64 let nesouhlasilo celkem 64 % respondentů.

Obrázek č. 10: Předsudky respondentů dle věku



Zdroj: vlastní výzkum

Zda existuje souvislost mezi věkem respondentů a předsudky o seniorech jsem ověřila opět pomocí **Chí-kvadrát testu**. Tímto testem bylo zjištěno, zdali mladší lidé vykazují vyšší míru předsudků o seniorech než starší lidé.

Testovala jsem nulovou hypotézu oproti alternativní hypotéze:

H₀: Neexistuje závislost mezi jednotlivými věkovými skupinami a předsudky

H_A: Existuje závislost mezi jednotlivými věkovými skupinami a předsudky

Tabulka č. 31: Chí-kvadrát test předsudky

Chi-Square Tests			
	Hodnota	Df	P-hodnota
Pearsonův Chi-Square test	60,450 ^a	8	,000

Zdroj: vlastní výzkum

0 buněk (0 %) má předpokládané četnosti menší než 5. Minimální předpokládaná četnost je 7,52.

P-hodnota je menší než 0,05 (0,000). Z tohoto důvodu byla nulová hypotéza zamítnuta, a usuzuji, že **existuje závislost mezi jednotlivými věkovými skupinami a předsudky vůči seniorům.**

Většina respondentů starších 51 let s tvrzením nesouhlasila, oproti tomu mladší respondenti spíše souhlasili.

Shrnutí výzkumné části: V rámci výzkumu a souvislosti se stanoveným cílem byly stanoveny celkem 4 hypotézy:

- Hypotéza č. 1: U respondentů při hodnocení mediálního obrazu seniorů v Čáslavi převažuje pozitivní hodnocení nad negativním. **Tato hypotéza se nepotvrdila.**
- Hypotéza č. 2: Témata týkající se zdraví a zdravotního stavu u seniorů mají statisticky významnější zastoupení v médiích než témata týkající se kriminality páchané na seniorech. **Tato hypotéza se potvrdila.**
- Hypotéza č. 3: U respondentů při hodnocení mediálního obrazu seniorů má statisticky významnější zastoupení pocit soucitu než pocit pohoršení. **Tato hypotéza se potvrdila.**
- Hypotéza č. 4: Mladší lidé vykazují vyšší míru předsudků o seniorech než starší lidé. **Tato hypotéza se potvrdila.**

5 DISKUZE

V rámci své diplomové práce na téma „Hodnocení mediálního obrazu seniorů ve městě Čáslavi“ jsem si zvolila za cíl zjistit, jak hodnotí obyvatelé města Čáslavi mediální obraz seniorů ve společnosti. V návaznosti na stanovený cíl bylo potřeba prozkoumat také to, v jaké souvislosti jsou senioři v médiích prezentováni a dále například i to, s jakými stereotypy jsou senioři nejčastěji spojováni. Doposud jsem se ve větší míře setkávala spíše s negativními názory na mediální reprezentaci seniorů, proto jsem se rozhodla zjistit, zdali tento názor zastává i větší část populace, která byla konkrétně zaměřená na obyvatele města Čáslavi.

Stárnutí populace je jedním z velmi diskutovaných témat poslední doby, a zároveň jedním z nejvýznamnějších demografických problémů moderní společnosti. Česká populace, stejně jako populace většiny zemí stárne a s velkou pravděpodobností i nadále stárnout bude. Demografické stárnutí je ale vnímáno především negativně, a to i vinou stereotypů, které se ke stárnutí a stáří vážou. Postoje většinové populace k seniorům jsou kromě jiných faktorů ovlivňovány i působením médií. Téměř každý z nás sleduje televizi, čte časopisy a noviny, poslouchá rádio nebo vyhledává na internetu. Média nám zprostředkovávají identický zážitek, který prožívají i další miliony lidí na celém světě. Masmédia mají specificky významný vliv na formování pozitivních i negativních názorů, postojů, předsudků a mýtů, ovlivňují společenský, politický i kulturní život. Společenské mínění je proto velmi důležité a média mají moc celoplošně toto povědomí ovlivňovat.

Už několik let v naší společnosti odhalujeme falešné zprávy, vyvracíme konspirace a bojujeme proti fámám a předsudkům, které se týkají seniorů, ale i dalších věkových kategorií (Nutil, 2018). Autor toto dále rozvíjí tak, že se snažíme upozornit na techniky, které média využívají k získání pozornosti, vysvětlujeme, jaké mají zájmy a jak proměňují své čtenáře ve zdroj zisku, upozorňujeme na roli, jakou v šíření hoaxů a nesmyslů hrají sociální sítě a politické zájmové skupiny. A stejně se pořád naše společnost neorientuje v tom, jak poznat, co je pravda a co není, nebo proč nám média lžou.

V dnešní době, kdy si život bez médií nelze v podstatě ani představit, je otázka jejich působení na člověka a společnost stále aktuálnější. Média byla, jsou a budou neoddelitelnou součástí každodenního života, a to i přes skutečnost, že na nás působí nikoli jen pozitivně, ale i negativně – ať už se jedná o krátkodobý či dlouhodobý účinek.

V dotazníkovém šetření byla položena otázka, která zjišťovala to, která média pro získávání informací respondenti nejvíce využívají. Nejvíce využívaným médiem pro získávání informací se pro obyvatele Čáslavi stal internet. Internet pro získávání informací preferuje 77 % respondentů z celkového počtu. Dále respondenti při získávání informací nejvíce preferují televizní vysílání, kdy tuto možnost zvolilo 17 % respondentů.

Haškovcová (2012) uvádí jako jeden z nejmocnějších mediálních nástrojů současné doby televizi. Podle autorky jsou senioři v rámci zpráv nejčastěji zmiňováni v souvislosti s důchodovou reformou, kdy tato skutečnost způsobuje to, že lidé v produktivním věku se obávají ekonomické stránky období stáří, a naopak senioři pocítují, že jsou ostatním spíše na obtíž. Ježek a Jiráček (2014) zdůrazňují to, že v médiích by měla být pozornost věnována především zásluhovosti dnešních seniorů a odpovědnosti společnosti i jednotlivců vůči nim. Česká televize (2016) uvádí jako nejoblíbenější médium televizi, kdy rostoucí význam tohoto média je hlavně v oblasti informování společnosti o zásadních otázkách, jako je bezpečnost, ekonomika či sociální témata. Vejvodová a Gregor (2018) zastávají názor, že v současné době se ocitáme spíše v době internetové, kdy se v České republice k internetu připojuje přes 80 % domácností, a většina z nás si zvykla být online, někteří téměř nonstop. Autoři dále dodávají, že pokud něco nevíme, najdeme si to jednoduše na internetu, dokonce to došlo tak daleko, že někteří z nás se léčí z netholismu. Na netholismus neboli závislost na počítačové síti upozorňuje také Cajthamlová (2018) podle které se jedná o nebezpečnou závislost a dodává, že internet je médiem budoucnosti.

Díky internetu máme na dosah studnici lidského vědění a nebývalé množství lehce dostupných znalostí a faktů, ke kterým bychom se v době predelektronické dopravovali jen velmi ztěžka a zdoluhavě (Nutil, 2018). Jenže právě tahle lehkost a dostupnost, spolu s otevřeností světa internetu, nás dostává do paradoxní situace, kterou před lety Will Rogers shrnul slovy: „*Náš problém není v tom, že toho víme málo. Náš problém je, že mnohé z toho, co víme, není pravda*“ (Will Rogers, nedatovaný výrok).

Na internetu jsou pravdivé informace dosažitelné stejně tak jako lež a účelová dezinterpretace, přičemž odlišit je na první pohled nemusí být vždy snadné, a my se mnohem snadněji, než ke skutečnému stavu věcí dopravujeme právě k takovým odpovědím, které podporují náš už hotový pohled na svět (Nutil, 2018). Rozpoznání

pravdy od lži, faktů od názorů může být v nepřeborném množství internetových zdrojů obtížné, jde ale o schopnost klíčovou, bez níž se neobejdeme.

Problém však není na straně internetu jako takového, není do jisté míry ani na straně poskytovatelů obsahu na internetu, ale na straně uživatelů. Zní to možná trochu podivně, ale je opravdu pouze na nich, jaké informace si vyberou a kterým informacím budou věřit.

Zde bych ráda zhodnotila jednotlivé hypotézy a porovnála je s již provedenými výzkumy, které se týkaly mediální reprezentace seniorů.

Hypotéza č. 1: U respondentů při hodnocení mediálního obrazu seniorů v Čáslavi převažuje pozitivní hodnocení nad negativním. Tato hypotéza se nepotvrdila, a proto pro závěry mé práce platí, že respondenti hodnotí mediální obraz seniorů spíše negativně než pozitivně. Toto zjištění by mělo být varovným signálem toho, že to, jak média reprezentují seniory není správné, a v blízké budoucnosti by mělo dojít ke změně mediální reprezentace seniorů. I vzhledem k aktuálnosti tématu stárnutí populace, přibývání obyvatel vysokého věku a stále se prodlužující době dožití bez zdravotních potíží, se tématu stáří ve společnosti bude do budoucna dostávat stále více pozornosti. K poměrně rozdílným závěrům došla práce autorek Prokopové a Molinové (2014) na 4. Mezinárodně interdisciplinární vědecké konferenci „Společnost, zdraví, blahobyt“, kdy podle nich je mediální obraz seniorů společností vnímán z velké části v neutrálním světle (92 %) a hned poté v pozitivnějším světle (4 %). Autorky zároveň upozorňují na to, že média ovlivňují veřejnost čím dál tím více, ať už si to přejeme či nikoliv, neboť média v současné společnosti plní mnoho rolí a jejich důležitost doléhá na naše názory, postoje a hodnoty.

S názorem negativního postoje a současně nízkého respektu ke starším jednotlivcům souhlasí také Haškovcová (2010). Podle autorky tento negativní postoj může být způsoben tím, že v minulosti byl menší počet seniorů a ti se obvykle chtěli dožít vysokého věku, aby za to mohli být obdivováni a uznáváni, lze tedy tvrdit, že z této skutečnosti vznikla myšlenka, že dříve měli senioři život snazší a pohledy na ně byly pozitivnější. Dnes je stáří více spojováno s nemocemi, strádáním a zranitelností (Klevelová, 2017).

Hypotéza č. 2: Témata týkající se zdraví a zdravotního stavu u seniorů mají statisticky významnější zastoupení v médiích než témata týkající se kriminality páchané na seniorech. Tato hypotéza se potvrdila a tudíž usuzujeme, že témata týkající se zdraví a

zdravotního stavu seniorů mají statisticky významnější zastoupení v médiích než témata týkající se kriminality páchané na seniorech. K zcela odlišným názorům dospěla řada autorů, například Sokačová (2005), která zjistila, že většina témat, která média o seniorech prezentují se zaměřují na kriminalitu neboli na seniory jako oběti trestných činů. K podobným výsledkům dospěla také Kullašová (2010) ve své obsahové analýze, kdy podle ní jsou senioři nejčastěji prezentováni v souvislosti s trestnou činností a ekonomickými otázkami. Kozlíková (2019) ve své diplomové práci zjistila, že nejvíce zastoupenými tématy v médiích o seniorech jsou ekonomika společně s politikou.

Část české společnosti nahlíží na seniory jako na skupinu obyvatel, která je pro ostatní mladší občany přítěží a překážkou ve společenském vývoji, a proto jsou senioři v médiích prezentováni jako oběti a osoby, které jsou naivní, důvěřivé a bezbranné (Sak a Kolesárová, 2012).

Hypotéza č. 3: U respondentů při hodnocení mediálního obrazu seniorů má statisticky významnější zastoupení pocit soucitu než pocit pohoršení. Tato hypotéza se potvrdila a platí, že při hodnocení mediálního obrazu seniorů má statisticky významnější zastoupení pocit soucitu než pocit pohoršení. Motáňová (2009) v rámci svého výzkumu došla ke stejným závěrům, kdy podle ní informace o seniorech v médiích vyvolávají více soucit než pocit pohoršení. Ke stejným závěrům došla také Kullašová (2010), kdy podle ní zprávy o seniorech vyvolávají především soucit.

Poslední čtvrtá hypotéza zněla takto: Mladší lidé vykazují vyšší míru předsudků o seniorech než starší lidé. Tato hypotéza se v rámci statistického zpracování dat potvrdila, a platí tedy to, že existuje závislost mezi jednotlivými věkovými skupinami a předsudky vůči seniorům. Většina respondentů starších 51 let s tvrzením nesouhlasila, oproti tomu mladší respondenti spíše souhlasili. I na toto téma již bylo realizováno několik výzkumů, kdy se například autorka Maršíková (2016) ve své práci zaměřila na nástroj reklamy v českém prostředí a na obraz seniorů v ní. Autorka konstatuje, že senioři jsou zobrazováni v rozporu s negativními stereotypy a jsou zobrazováni převážně jako aktivní a energičtí staří lidé, kteří jsou společností vysoce považováni.

U hypotézy č. 4 celkem 19 % respondentů ve věku 18 až 30 let nesouhlasilo s uvedenými stereotypy o seniorech. Ve věku od 51 do 64 let s uvedenými stereotypy nesouhlasilo 64 % respondentů. Z tohoto výsledku můžeme usuzovat, že s vybranými negativními stereotypy nesouhlasí převážně starší jednotlivci a ti zároveň zastávají pozitivnější

postoje k seniorům. Wagner a Luger (2017) z kalifornské univerzity provedli výzkum, kdy mladí a starší lidé prostřednictvím dotazníku hodnotili jednak svou věkovou skupinu, a jednak tu opačnou. Autoři ve svém výzkumu zjistili, že obě skupiny respondentů prokázaly více pozitivní postoje k vlastní věkové skupině než k té druhé, z čehož vyplývá, že jednotlivci mají tendenci hodnotit pozitivněji věkovou skupinu do které patří, nebo tu ke které se postupně blíží. S výsledky výše zmíněných autorů se ztotožňuje i můj výzkum, jelikož starší jednotlivci, kteří se blíží k věkové hranici stáří nesouhlasili s vybranými negativními stereotypy o seniorech.

Všechny výše uvedené hypotézy zhodnotily několik dotazníkových otázek. Pokládám za důležité zde zhodnotit i zbylé dotazníkové otázky. V rámci dotazníkového šetření mě zajímalo, zdali podle respondentů mají média vliv na utváření postojů a chování mladé generace k seniorům. Celkem 46 % respondentů zastává názor, že média mají spíše či rozhodně velký vliv na utváření postojů a chování mladé generace k seniorům. Rada pro rozhlasové a televizní vysílání (2021) upozorňuje na to, že vliv elektronických médií na děti je obrovský, jelikož média jsou vedle rodiny a školy v současnosti nejvýznamnějším faktorem, který přispívá k formování dětí. Mai (2021) upozorňuje, že pokud mladí lidé nevědí, jakým způsobem média využívat, může se stát, že uvěří všemu, co v médiích vidí.

To, že v rámci mého výzkumu vyšlo to, že mediální obraz seniorů v médiích je spíše negativní už víme. Dále byla v rámci dotazníkového šetření položena otázka, zdali mediální obraz seniorů přispívá k jejich lepšímu začlenění se do společnosti. Více než polovina z celkového počtu respondentů, přesněji řečeno 62 % respondentů zastává názor, že mediální obraz seniorů, který média o seniorech vytváří nepřispívá k jejich lepšímu se začlenění do společnosti. Na toto zjištění bych následně navázala další dotazníkovou otázkou, která měla za cíl zjistit, zdali jsou média zdrojem, který přispívá k diskriminaci seniorů. Na tuto otázku v rámci mého výzkumu neznáme jednoznačnou odpověď, jelikož 40 % respondentů uvedlo, že média jsou zdrojem, který přispívá k diskriminaci seniorů, ale zároveň dalších 39 % respondentů uvedlo, že média nejsou zdrojem, který přispívá k diskriminaci seniorů. Zbylých 20 % respondentů u této otázky zvolilo odpověď „nevím“. Další otázka v dotazníkovém šetření zjišťovala, jaké je postavení seniorů v naší současné společnosti. Celkem 53 % respondentů uvedlo, že postavení seniorů v naší současné společnosti je spíše až velmi špatné. Pouhé 1 % respondentů uvedlo, že postavení seniorů v naší současné společnosti je rozhodně dobré. Tyto výsledky by měly být brány jako alarmující.

Úctu ke stáří se člověk obtížně naučí, vztah ke starým lidem je součástí mentálního softwaru, který je ve společnosti po generace zakódován a předáván, a z tohoto důvodu jedinec obtížně změní zvyk celé kultury (Mlýnková, 2011).

Sak a Kolesárová (2012) zastávají názor, že postavení seniorů v dnešní společnosti rozhodně není na jejím okraji, na druhou stranu nevidí důvod, proč by senioři měli být ve společnosti nějakým způsobem vynášeni. Podle autorů jsou senioři ve společnosti zákonitě dobře zařazeni a žijí tak nějak, jak by měli.

Postupující medializace nepochybně přispívá k růstu všeobecně rostoucí nedůvěry, kdy spojnice mezi touto klesající důvěrou a medializací je skryta v přirozeném tíhnutí médií k negativním jevům (Nutil, 2018). Autor toto dále doplňuje tak, že jsme všichni ve značné míře vystaveni negativní mediální masáži, kdy si plníme mysl obrazy zmaru, podvodů a lží a z toho nevyvážneme bez následků.

Ovšem ne všechny odpovědi respondentů byly negativní. Na otázku, zdali jsou staří lidé důležitou a ceněnou součástí společnosti odpovědělo celkem 76 % respondentů kladně.

V dotazníkovém šetření byl použit sémantický diferenciál, ve kterém byly uvedeny dvojice protikladných slov. Sémantický diferenciál se skládal z tabulky, ve které na levé straně byly uvedené kladné vlastnosti, a na opačné, pravé straně byly uvedené záporné vlastnosti. Ze sémantického diferenciálu, obrázek č. 2 na straně č. 60, je patrné, že nejlépe hodnocenou vlastností u seniorů se dle obyvatel města Čáslavi stala vlastnost „hodnotný“, a nejhůře hodnocenou vlastností se stalo „pomalý“. Stejný výsledek vyšel i po rozdělení respondentů dle pohlaví, kdy ženy i muži nejlépe hodnotili vlastnost u seniorů „hodnotný“ a jako nejhorší vlastnost vybrali vlastnost „pomalý“. Dále bylo vyhodnocení vlastností rozděleno i podle věkových kategorií respondentů. Všechny kladné vlastnosti seniorů nejlépe hodnotili respondenti ve věku 51-64 let, kromě jedné vlastnosti „hodnotný“, kterou nejlépe hodnotili respondenti ve věku 18-30 let. Tento výsledek se shoduje s výzkumem Wagnera a Lugera (2017) který je blíže popsán u vyhodnocení hypotézy č. 4. Autoři prokázali, že jednotlivci mají tendenci hodnotit pozitivněji věkovou skupinu do které patří, nebo tu ke které se postupně svým věkem blíží.

Část výzkumné části byla zaměřená na stereotypy, s kterými jsou podle respondentů senioři nejčastěji spojováni. Respondenti nejvíce udávali tyto 2 stereotypy:

- Senioři jsou ohroženi kriminalitou více než jiné věkové kategorie.

- Senioři jsou nemocní, trpí Alzheimerem a potřebují dlouhodobou péči.

Jak uvádí Wija (2018), mediální obraz starších osob může ovlivnit již v průběhu tvorby či interpretace několik různých konceptů, které mohou narušit jeho obsah, interpretaci či finální význam. Podle autora se jedná především o problematiku stereotypů, ageismu či mediální reprezentace a s tím spojenou konstrukci reality, kdy výsledné sdělení má pak zásadní vliv nejen na příjemce, ale také na osoby, o které se jedná, v našem případě o seniory. Podle Mlýnkové (2011) mají lidé vůči stáří předsudky a dnešní společnost je zaměřena hlavně na kult mládí, síly a svěžesti, bohužel senioři jsou v dnešní společnosti spojováni spíše s malou flexibilitou, chudobou a nemocemi, tím pádem do tohoto kultu vůbec nezapadají. Poskytované informace v médiích jsou mnohdy nedůstojná, vypovídají o předsudcích ke stáří a k seniorům, kdy se ve světle těchto informací jeví život seniorů jako plný nebezpečí a přibývajících léta musí automaticky vzbuzovat strach (Malíková, 2020).

V současnosti se o seniorech v médiích hovoří zejména s ohledem na jejich zranitelnost a ohroženost v rámci pandemie COVID-19, což může být také jedním z důvodů, který může přispívat k vytváření negativního mediálního obrazu seniorů. Pandemie COVID-19 měla vzhledem k seniorům také svá pozitiva, Česká republika dokázala projevit obrovskou míru solidaritu především k seniorům (Procházková, 2020). Autorka toto dále doplňuje tak, že mnohem více lidí si uvědomilo, že mají v rodině starší osoby, a začali se o ně více zajímat, kompletně celá společnost si díky viru uvědomila záležitosti, se kterými se senioři běžně potýkají, od samoty před nedostatek financí až po zdravotní problémy. V době této pandemie byl také zaznamenán nárůst počtu dobrovolníků, kteří pomáhali seniorům, bohužel mnoho dobrovolníků se k seniorům vůbec nedostalo, příčinou mohla být například absence internetu, kvůli které se senioři o možnostech pomoci vůbec nedozvěděli (Mezerová, 2020). Autorka dodává, že jedním z dalších cílů současné společnosti je zvyšování gramotnosti v online oblasti u seniorů. Mai (2021) zastává názor, že mediální gramotnost nás učí zdokonalovat kritické myšlení, abychom rozuměli tomu, co vidíme na internetu a dovedli poté obsah i kriticky posoudit. Jelikož populace stárne a média se stávají běžnou součástí našich životů, domnívám se, že by bylo vhodné, aby se mediální výchova zaměřila i na osoby vyššího věku.

Město Čáslav se ve své Strategii území správního obvodu ORP Čáslav na období 2015 až 2024 zmiňuje o tom, že média se podílí na vytváření negativního obrazu uživatelů

sociálních služeb, mezi které patří i senioři (Jiskra, 2014). Autor popisuje hlavní rizika, která jsou úzce spojená s mediální reprezentací seniorů ve společnosti: nezájem, dezinformace, vytváření negativního obrazu, a také to, že média se začnou zabývat sektorem sociálních služeb až tehdy, pokud se děje něco, co je pro média alespoň trochu zajímavé. Dalším rizikem může být také to, že témata týkající se sociálních služeb nemusí být pro většinu veřejnosti atraktivní. V rámci Strategie území správního obvodu ORP Čáslav byla zpracována analýza rizik, která byla poté vyhodnocena starosty jednotlivých obcí (Jiskra, 2014). Autor k analýze rizik dodává, že na shromáždění starostů správního obvodu ORP Čáslav byla uvedena opatření, která by mohla pomoci bojovat proti vytváření negativního obrazu seniorů médii, kdy mezi tato opatření můžeme zařadit např.: povinná autorizace informací před zveřejněním a také medializace příkladů dobré praxe.

Město Čáslav ve své Strategii území správního obvodu ORP Čáslav na období 2015 až 2024 popisuje hlavní rizika spojená se seniory jako uživateli sociálních služeb mezi která patří například: celkový postoj společnosti k seniorům, nedůvěra seniorů (jejich rodin) k poskytovatelům sociálních služeb a bohužel také neochota samospráv se problematikou zajímat – častý názor, že ono se to nějak samo vyřeší, rodina se postará (Jiskra, 2014). Proti těmto rizikům se dá bojovat např. tím, že se obce začnou seniorské problematice více věnovat, obecně panuje velká neinformovanost, co vše je v tomto ohledu nabízeno.

Senioři při svém přechodu absolvují ohromné změny, které mají značný vliv na vzniku potenciálních psychických, fyzických i sociálních problémů, jelikož se jejich život mění od samého základu (Ondrušová, 2017). Autorka dále popisuje odchod do penze, kdy se u seniorů odchodem do penze často snižují jejich sociální kontakty a s přibývajícím věkem se zhoršuje i jejich zdravotní stav, kdy se starší lidé poté stávají odkázáni na pomoc od ostatních lidí. Navzdory tomu se mnoho z nich snaží být stále aktivní, rozvíjet své koníčky a zájmy, udržovat kontakty se svými přáteli, starat se o rodinu a předávat své zkušenosti dětem a vnoučatům (Klevetová, 2017). MPSV (2016) v oblasti rodinné politiky upozorňuje na to, že období 21.století se stává rychlejší a do popředí se dostává bezohlednost, cílevědomost, a hlavně aktivní mládí a z tohoto důvodu mají senioři ve společnosti ztížené podmínky pro zdůrazňování svých kvalit a vytváření pozitivního veřejného mínění. Média by v tomto směru měla sloužit jako zprostředkovatel pro seniory a společnost, aby vzájemně rozvíjeli pochopení, toleranci a podíleli se na podpoře postojů a názorů mladých generací (Kullašová, 2010).

Tak, jako v každém výzkumu, i při zpracování dat výše popsaného je potřeba brát v úvahu různé nežádoucí proměnné či limity, které mohou méně či více ovlivnit závěrečné výsledky. Je důležité se nad nimi zamyslet, a to například z důvodu realizace navazujících či rozvíjejících výzkumů, které by tuto problematiku mohly v budoucnosti více obohatit.

Konečné výsledky vyšly na základě statistických testů. Při provádění výzkumu mohlo samozřejmě dojít ke zkreslení, a to mohlo ovlivnit validitu dat. Konečné výsledky mohlo ovlivnit i to, že výzkum byl realizován v době pandemie COVID-19, kdy se v médiích o seniorech mluví především s ohledem na jejich zranitelnost a ohroženost.

Nezbývá než věřit, že se v blízké budoucnosti mediální reprezentace seniorů bude vyvíjet v pozitivním směru, a tam kde je to možné, budeme schopni kompenzovat negativní reprezentaci seniorů podporou a aktivitou. Důležité je také to, abychom i nadále podporovali a rozvíjeli výraznou solidaritu mezi generacemi, jíž jsme v současnosti svědky.

6 Závěr

Diplomová práce na základě stanoveného cíle zjišťuje, jak hodnotí obyvatelé města Čáslavi mediální obraz seniorů ve společnosti neboli jak vybraná skupina obyvatel hodnotí mediální reprezentaci seniorů, která jim je předkládána médii. V teoretické části práce bylo stěžejním bodem objasnit problematiku práce informacemi z odborné literatury. Ve výzkumné části byla zvolena kvantitativní metoda výzkumného šetření, kdy kvantitativní výzkumné šetření probíhalo na podkladě předem sestaveného vlastního dotazníku. Na základě stanoveného cíle byly stanoveny 4 výzkumné otázky:

VO1: Jak hodnotí obyvatelé města Čáslavi mediální obraz seniorů ve společnosti?

VO2: Jaká mediální témata o seniorech převažují?

VO3: Jaké pocity vyvolává mediální obraz seniorů?

VO4: Jak vnímá mladá generace ve věku od 18 do 30 let společenské stereotypy o stáří zmíněné v dotazníku?

Výběrový soubor představovali obyvatelé města Čáslavi. Základní soubor tvořili respondenti ve věku od 18 do 64 let. Celkový počet osob v tomto věkovém rozmezí je ve městě Čáslavi podle ČSÚ 6 402. Pro zjištění optimální velikosti vzorku byl počet obyvatel zadán do vzorce Survey Sample Size Calculator, při hladině spolehlivosti 95 % a tolerancí chyb 5 %, kdy vyšla optimální velikost vzorku na 362 dotazníků.

Sběr dat byl realizován pomocí kvantitativní výzkumné strategie, kdy metoda sběru dat byla provedena dotazováním na základě vlastního dotazníku. Výsledky výzkumného šetření byly zpracovány do tabulek a grafů, hypotézy byly poté vyhodnoceny pomocí Chí-kvadrát testu a četností. Dotazník se skládal z otázek vypracovaných podle Likertovy škály, dále byl v dotazníku použit sémantický diferenciál a otázky, které byly zaměřené na charakteristiku respondentů výzkumného šetření.

Konečné výsledky ukazují, že při hodnocení mediálního obrazu seniorů převažuje negativní hodnocení nad pozitivním. Pokud hodnocení mediálního obrazu seniorů rozdělíme dle věkových kategorií, nejhůře hodnotí mediální reprezentaci seniorů věková skupina od 51-64 let. Respondenti ve věku od 18-30 let a také respondenti ve věku od 31-50 let zastávají názor, že mediální obraz seniorů je přiměřený. Z toho vyplývá, že existuje závislost mezi jednotlivými věkovými skupinami a jejich hodnocením mediálního obrazu

seniorů. Pokud dále zhodnotím konečné výsledky mezi jednotlivými věkovými kategoriemi, potvrdilo se také to, že existuje závislost mezi jednotlivými věkovými skupinami a předsudky vůči seniorům. Většina respondentů starších 51 let s vybranými předsudky nesouhlasila, oproti tomu mladší respondenti s vybranými předsudky spíše souhlasili. Z výsledků výzkumu dále vyplývá, že podle respondentů jsou senioři v médiích nejvíce zmiňováni v souvislosti s tématy, které se týkají zdraví a zdravotního stavu. Zprávy o seniorech vyvolávají u respondentů především pocit soucitu a pohoršení.

Z výsledků výzkumu vyplývá, že je důležité mediální obraz seniorů změnit. Přínos mojí diplomové práce shledávám v tom, že výsledky by měly být brány jako alarmující skutečnost nevhodné či nedostatečné prezentace seniorů v médiích. Moje práce by mohla sloužit jako inspirace k vyhotovení projektů mediální výchovy a k výchově kritického diváka či posluchače. Takový kritický divák by měl být poté schopen nestranně zhodnotit pravdivost a objektivnost článků v tisku, na internetu i pořadů v televizi. Jedinec by si měl vytvořit takový světový názor, který neopouje základním morálním a mravním principům.

7 Seznam literatury

1. ABRAMS, D., SWIFT, H. J. MAHMOOD, L. 2016. *Prejudice and unlawful behaviour: Exploring levers for change. Equality and Human Rights Commission, Research report 101*. Canterbury: University of Kent, Centre for the Study of Group Process. 212 s. ISBN 978-1-84206-677-5.
2. ARNOLDOVÁ, A., 2015. *Sociální péče 1. díl: Učebnice pro obor sociální činnost*. Praha: Grada. 240 s. ISBN 978-80-247-9899-8.
3. ASOCIACE POSKYTOVATELŮ SOCIÁLNÍCH SLUŽEB ČR. 2010. *Charta občanské společnosti: Pro důstojný život seniorů v České republice* [online]. [cit. 2020-12-29]. Dostupné z: <https://www.apsscr.cz/files/files/charta%20final.pdf>.
4. BARTALOSOVÁ, V., 2015. *Framing*. [online]. Medkult [cit. 2020-11-29]. Dostupné z: <http://medkult.upmedia.cz/Keywords/framing/>.
5. BÁRTLOVÁ, S., 2019. *Zdravotní gramotnost u vybraných skupin obyvatelstva Jihočeského kraje*. Praha: Grada. 176 s. ISBN 978-80-271-2414-5.
6. BEDNÁŘ, V., 2011. *Mediální komunikace pro management*. Praha: Grada Publishing. 160 s. ISBN 978-80-247-3629-7.
7. BEDNÁŘÍK, P., JIRÁK, J., KOPPLOVÁ, B., 2011. *Dějiny českých médií: od počátku do současnosti*. Praha: Grada. 448 s. ISBN 978-80-247-3028-8.
8. BURDA, P., ŠOLCOVÁ, L., 2016. *Ošetrovatelská péče 2. díl*. Praha: Grada. 234 s. ISBN 978-80-247-5334-8.
9. BURIANEC, J., 2018. *Mediální gramotnost je v Česku nízká*. [online]. Praha: STEM//MARK [cit. 2020-10-25]. Dostupné z: <https://www.stemmark.cz/medialni-gramotnost-je-v-cesku-nizka-pouze-ctvrtina-dospele-populace-v-ni-dosahuje-uspokojive-urovne/>.
10. BRAVO-SEGAL, S., VILLAR, F., 2020. *Older people representation on the media during COVID-19 pandemic: A reinforcement of ageism?* DOI: 10.1016/j.regg.2020.06.002.
11. CAJTHAMLOVÁ, K., 2017. *Abeceda moderního rodiče*. Praha: Vyšehrad. 398 s. ISBN 978-80-7429-932-2.
12. COUDIN, G., ALEXOPOULOS, T., 2010. *Help me! I am old! How negative aging stereotypes create dependency among older adults*. DOI: 10.1080/136078661003713182.

13. ČECHOVÁ, K., FENDRYCH MAZNCOVÁ, A., MARKOVÁ, H., 2019. *V bludišti jménem Alzheimer: na co v ordinace nezbyvá čas*. Praha: Management Press. 432 s. ISBN 978-80.264.2707-0.
14. ČEVELA, R., KALVACH, Z., ČELEDOVÁ, L., 2014. *Sociální gerontologie: východiska ke zdravotní politice a podpoře zdraví ve stáří*. Praha: Grada. 240 s. ISBN 978-80-247-4544-2.
15. ČEVELA, R., KALVACH, Z., ČELEDOVÁ, L., 2016. *Úvod do gerontologie*. Praha: Karolinum. 154 s. ISBN 978-80-246-3404-3.
16. ČESKÁ TELEVIZE, 2016. *Světový den televize: Kam kráčí stále nejoblíbenější médium?* [online]. [cit. 2021-04-03]. Dostupné z: <https://ct24.ceskatelevize.cz/1960928-svetovy-den-televize-kam-kraci-stale-nejoblibenejsi-medium>.
17. ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD, 2013. *Základní výsledky Projekce 2013, Varianta: nízká, střední, vysoká* [online]. Praha: ČSÚ. [cit. 2020-12-18]. Dostupné z: <https://www.czso.cz/documents/10180/20567167/40201301.pdf/85b8156a-bbe3-4fe9-aa12-8e67bdf1c179?version=1.0>.
18. ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD, 2019. *Věkové složení obyvatelstva* [online]. [cit. 2021-02-02]. Dostupné z: https://www.czso.cz/csu/xs/so_orp_caslav.
19. DEUZE, M., 2016. *Média life život v médiích*. Praha: Karolinum. 268 s. ISBN 978-80-251-3196-1.
20. DVOŘÁČKOVÁ, D., 2012. *Kvalita života seniorů v domovech pro seniory*. Praha: Grada Publishing. 112 s. ISBN 978-80-247-4138-3.
21. ERVIK, R., LINDÉN, T. S., 2013. *The Making of Ageing Policy: Theory and Practice in Europe*. DOI: <https://doi.org/10.1017/S0714980814000294>.
22. FORET, M., 2011. *Marketingová komunikace*. Praha: Computer Press. 488 s. ISBN 978-80-251-3432-0.
23. FRASER, S. A., KENYON, V., LAGACÉ, M., WITTICH, W., SOUTHALL, K. E., 2015. *Stereotypes Associated With Age-related Conditions and Assistive Device Use in Canadian Media*. DOI: [10.1093/geront/gnv094](https://doi.org/10.1093/geront/gnv094).
24. FRASER, S. A., LAGACÉ, M., BONGUÉ, B., WALLACE, K., WITTICH, W., 2020. *Ageism and COVID-19: What does our society's response say about us?* DOI: [10.1093/ageing/afaa097](https://doi.org/10.1093/ageing/afaa097).

25. FROTEK, J., 2012. *Public relations jako ovlivňování médií (jak úspěšně ovlivňovat a nenechat se zmanipulovat)*. 3. vydání. Praha: Grada. 224 s. ISBN 978-80-247-3926-7.
26. GÉRINGOVÁ, J., 2013. *Pomáhající profese: tvořivé zacházení s odvrácenou stranou*. Praha: Triton. 198 s. ISBN 978-80-7387-394-3.
27. GILES, D., 2012. *Psychologie médií*. Praha: Grada. 192 s. ISBN: 978-80-247-3921-2.
28. GOLKOVÁ, M., 2010. *Anti-aging: jak si zachovat mlád a krásu*. Praha: Grada. 134 s. ISBN 978-80-247-2106-4.
29. GROFOVÁ, Z., 2011. *Dieta pro vyšší věk*. Praha. Forsapi. 167 s. ISBN 978-80-87250-11-2.
30. HALADA, J., 2015. *Marketingová komunikace a public relations*. Praha: Karolinum. 123 s. ISBN 978-80-246-3075-5.
31. HASMANOVÁ, MARHÁNKOVÁ, J., 2014. *Aktivní stárnutí jako idea, nástroj a kapitál. Kde hledat kořeny úspěchu konceptu aktivního stárnutí?* Sociální studia 11(3). ISSN: 1803-6104.
32. HAŠKOVCOVÁ, H., 2010. *Fenomén stáří*. 2. vydání. Praha: Havlíček Brain Team. 368 s. ISBN 978-80-87109-19-9.
33. HAŠKOVCOVÁ, H., 2012. *Sociální gerontologie aneb Senioři mezi námi*. Praha: Galén. 194 s. ISBN 978-80-7262-900-8.
34. HELUS, Z., 2015. *Sociální psychologie pro pedagogy*. 2. vydání. Praha: Grada. 400 s. ISBN 978-80-247-4674-6.
35. HROZENSKÁ, M., DVOŘÁČKOVÁ, D., 2013. *Sociální péče o seniory*. Praha: Grada. 192 s. ISBN 978-80-247-4139-0.
36. HUGHES, T.F. 2015. *Stereotypes of Aging: Their Effects on the Health of Older Adults*. DOI: 10.1155/2015/954027.
37. CHANNER, N. S., HARTT, M., BIGLIERI, S., 2020. *Aging in place and the spatial distribution of older adult vulnerability in Canada*. DOI: 10.1016/j.apgeog.2020.102357.
38. JANDOUREK, J., 2012. *Slovník sociologických pojmů*. Praha: Grada. 264 s. ISBN 978-80-247-3679-2.
39. JANEČKOVÁ, H., VACKOVÁ, M., 2010. *Reminiscence*. Praha: Portál. 152 s. ISBN 978-80-7367-581-3.

40. JANIŠ, K., SKOPALOVÁ, J., 2016. *Volný čas seniorů*. Praha: Grada. 160 s. ISBN 978-80-247-5535-9.
41. JANOUCH, V., 2014. *Internetový marketing*. 2. vydání. Brno: CPress. 376 s. ISBN 978-80-251-4311-7.
42. JAROŠEVSKÁ, D., ROULE, R. 2013. *Podpora seniorů v seberození a vztazích v Domově sociální péče Hagibor*. In: KOCIANOVÁ, R., DVORÁKOVÁ, M. *Vzdělávání a rozvoj seniorů*. Praha: FF UK, S. 66-70. ISBN 978-80-7308-469-1.
43. JEŽEK, V., JIRÁK, J., 2014. *Média a my*. Praha: Akademie múzických umění v Praze. 145 s. ISBN: 978-80-7331-304-3.
44. JIRÁK, J., KÖPPLOVÁ, B., 2009. *Masová média*. Praha: Portál. 416 s. ISBN 978-80-7367-466-3.
45. JIRÁK, J., KÖPPLOVÁ, B., 2015. *Masová média*. 2. vydání. Praha: Portál. 390 s. ISBN: 978-80-262-043-6.
46. JIRÁK, J., PAVLIČÍKOVÁ, H., 2013. *Média pod lupou: (mediální výchova jako téma celoživotního vzdělávání)*. Praha: Powerprint, 187 s. ISBN 978-80-87415-70-2.
47. JIRÁK, J., ŠŤASTNÁ, L., ZEZULKOVÁ, M., 2016. *Studie mediální gramotnosti populace ČR* [online]. Praha: Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd. [cit. 2020-10-20]. Dostupné z: https://www.rrtv.cz/cz/files/monitoring/studie_medialni_gramotnosti_populace_CR.pdf.
48. JISKRA, J., 2014. *Strategie území správního obvodu ORP Čáslav v oblasti předškolní výchovy a základního školství, sociálních služeb, odpadového hospodářství a servisu samospráv v území s podporou zaměstnanosti*. [online]. [cit. 2021-04-03]. Dostupné z: http://www.caslavsko.com/e_download.php?file=data/editor/60cs_1.pdf&original=beznazvu.pdf.
49. KALVACH, Z., ČELEDOVÁ, L., A KOLEKTIV. 2011. *Křehký pacient a primární péče*. Praha: Grada. 397 s. ISBN 978-80-247-4026-3.
50. KLEVELOVÁ, D., 2017. *Motivační prvky při práci se seniory*. 2. vydání. Praha: Grada. ISBN 978-80-271-0102-3.
51. KOZLÍKOVÁ, M., 2019. *Analýza mediálního sdělení pojednávající o seniorech z denního tisku*. Pardubice. Bakalářská práce. Fakulta filozofická Univerzita Pardubice.

52. KREJČÍ, J., 2015. *Tisková zpráva: Mediální gramotnost – České republiky ujíždí vlak* [online]. Praha: Rada pro rozhlasové a televizní vysílání [cit. 2020-10-26]. Dostupné z: http://www.rrtv.cz/cz/files/press/TZ_MG.pdf.
53. KUBÁČKOVÁ, P., ANTONOVÁ, B., MARKOVÁ, A., SLÁMOVÁ, R., 2018. *Praktický průvodce koncem života. Rozcestník pro nemocné a pečující*. Brno: Edika. 160 s. ISBN 978-80-266-1279-7.
54. KUČERA, D., 2013. *Moderní psychologie*. Praha: Grada. 216 s. ISBN 978-80-247-4621-0.
55. KULLAŠOVÁ, M., 2010. *Role médií v prezentaci seniorů ve společnosti*. Zlín. Diplomová práce. Fakulta humanitních studií, Univerzita Tomáše Bati.
56. KUZNÍKOVÁ, I., A KOLEKTIV. 2011. *Sociální práce ve zdravotnictví*. Praha: Grada. 224 s. ISBN 978-80-247-3676-1.
57. LOKŠOVÁ, T., 2016. *(Ne)přítomní uprchlíci: Mediální obraz dění v Králikách a na Moldavě*. Výzkumná zpráva [online]. Praha: Multikulturní centrum. 29 s. [cit. 2020-11-15]. Dostupné z: https://aa.ecn.cz/img_upload/5161971da26c649ef6702ca724435813/ne-pritomni-uprchlici_1.pdf.
58. MAI, S. A., 2021. *Když mladí nevědí, jakým způsobem média využívat, může se stát, že uvěří všemu, co vidí* [online]. [cit. 2021-04-03]. Dostupné z: <https://ct24.ceskatelevize.cz/1960928-svetovy-den-televize-kam-kraci-stale-nejoblibenejsi-medium>.
59. MALÍKOVÁ, E., 2011. *Péče o seniory v pobytových sociálních zařízeních*. Praha: Grada. ISBN 978-80-247-3148-3.
60. MALÍKOVÁ, E., 2020. *Péče o seniory v pobytových zařízeních sociálních služeb. 2., aktualizované a doplněné vydání*. Praha: Grada. 304 s. ISBN 978-80-271-1639-3.
61. MARQUES, S., MARIANO, J., MENDONCA, J., DE TAVERNIER, W., HESS, M., NAEGELE, L., PEIXEIRO, F., MARINS, D., 2020. *Determinants of Ageism against Older Adults: A systematic Review*. DOI: 10.3390/ijerph17072560.
62. MARŠÍKOVÁ, T., 2016. *Seniori v televizní reklamě*. Praha. Diplomová práce. Univerzita Karlova.
63. MATOUŠEK, O., KOLÁČKOVÁ, J., KODYMOVÁ, P., 2010. *Sociální práce v praxi*. Nakladatelství Portál. 252 s. ISBN 978-80-7367-818-0.
64. MATOUŠEK, O., 2013. *Metody a řízení sociální práce*. 3 vydání. Praha: Portál. 400 s. ISBN 978-80-262-0213-4.

65. MATOUŠEK, O., 2016. *Slovník sociální práce*. 3. vydání. Praha: Portál. 272 s. ISBN 978-80-262-1154-9.
66. MCCOMBS, M., 2009. *Agenda setting: nastolování agendy - masová média a veřejné mínění*. Praha: Portál. 256 s. ISBN 978-80-7367-591-2.
67. MCQUAIL, D., 2009. *Úvod do teorie masové komunikace*. Praha: Portál. 640 s. ISBN 978-80-7367-574-5.
68. MEZEROVÁ, H., 2020. *Stáří nemusí být strašák* [online]. [cit. 2021-04-02]. Dostupné z: <https://roklen24.cz/stari-nemusi-byt-strasak-seniorka-na-obalce-vogue-bude-bezna-vec/>.
69. MLÝNKOVÁ, J., 2011. *Péče o staré občany: učebnice pro obor sociální činnost*. Praha: Grada. 192 s. ISBN 978-80-247-3872-7.
70. MOTÁŇOVÁ, M., 2009. *Vliv médií na prezentaci seniorů ve společnosti*. Zlín. Diplomová práce. Univerzita Tomáše Bati.
71. MPSV, 2015. *Senioři a politika stárnutí* [online]. [cit. 2021-02-02]. Dostupné z: <https://www.mpsv.cz/seniori-a-politika-starnuti>.
72. MPSV, 2016. *Výzkum veřejného mínění zaměřený na sladění pracovního a rodinného života a rovnost žen a mužů v oblasti rodinné politiky a trhu práce* [online]. [cit. 2021-04-03]. Dostupné z: https://www.mpsv.cz/documents/20142/225508/TACR_zprava_sladovani.pdf/432db929-6f1a-f1d7-e5d0-e2f6eb2b7676.
73. MPSV, 2019. *Strategie přípravy na stárnutí společnosti 2019-2025* [online]. [cit. 2020-12-12]. Dostupné z: https://amsp.cz/wp-content/uploads/2019/08/Strategie-p%C5%99%C3%ADpravy-na-st%C3%A1rnut%C3%AD-spole%C4%8Dnosti-2019-2025-ma_ALSBADJYUA2.pdf.
74. NEŠPOR, K., 2011. *Návykové chování a závislost*. Praha: Portál. 176 s. ISBN 978-80-736-7908-8.
75. NOVOTNÁ, J., 2014. *Teorie sociální práce*. Jihlava: VŠPJ. 127 s. ISBN 978-80-87035-96-2.
76. NUTIL, P., 2018. *Média, lži a příliš rychlý mozek: Průvodce postpravdivým světem*. Praha: Grada. 192 s. ISBN 978-80-271-0959-3.
77. ONDRUŠKOVÁ, J., KRAHULCOVÁ, B., 2020. *Gerontologie pro sociální práci*. Praha: Karolinum. 370 s. ISBN 978-80-246-4383-0.
78. ONDRUŠOVÁ, J., 2017. *Sociální gerontologie a geriatry*. [online]. [cit. 2021-04-03]. Dostupné z: <https://htf.cuni.cz/HTF-103-version1-gerontologie7.pdf>.

79. ORÓ-PIQUERAS, M., MARQUES, S., 2017. *Images of old age in YouTube: destabilizing stereotypes*. DOI: 10.1080/10304312.2016.1265098.
80. ORSÁG, P., 2017. *Současná úroveň mediální gramotnosti je problém* [online]. [cit. 2021-02-24]. Dostupné z: <https://prixbohemia.rozhlas.cz/soucasna-uroven-medialni-gramotnosti-je-problem-tvrdi-petr-orsag-7686171>.
81. PETRANOVÁ, D., 2013. *Media education in the life of senior population*. [online]. European Journal of Science and Theology [cit. 2020-11-11]. Dostupné z: https://www.researchgate.net/publication/292356358_Media_education_in_the_life_of_senior_population.
82. POKORNÁ, A., 2010. *Komunikace se seniory*. Praha: Grada. 160 s. ISBN 978-80-247-3271-8.
83. PROCHÁZKOVÁ, K., 2020. *Seniři v koronavirové době* [online]. [cit. 2021-04-03]. Dostupné z: <https://roklen24.cz/seniori-v-koronavirove-dobe-pandemie-mela-i-sva-pozitiva/>.
84. PROKOPOVÁ, R., MOLINOVÁ, A., 2014. *The presentation of senior citizens in Czech media*. DOI: 10.1051/shsconf/20141000027.
85. PŘIBYL, H. 2015. *Lidské potřeby ve stáří*. Praha: Maxdorf. 96 s. ISBN 978-80-7345-437-1.
86. ROBBINS, J. C. 2020. *Aging Societies, Civil Societies, and the Role of the Past*. DOI: 10.1177/0888325419897750.
87. RYCHTAŘÍKOVÁ, J., 2011. *Demografické faktory stárnutí*. Demografie, č. 3, s. 97-108.
88. SAK, P., KOLESÁROVÁ, K., 2012. *Sociologie stáří a seniorů*. Praha: Grada. 232 s. ISBN 978-80-247-3850-5.
89. SEDICK, S., ROOS, V., 2014. *Older People's Portrayal in the Print Media: Implications for Intergenerational Relations*. DOI: 10.1080/14330237.2011.10820496.
90. SLEPIČKA, P., MUDRÁK, J., SLEPIČKOVÁ, I. 2015. *Sport a pohyb v životě seniorů*. Praha: Karolinum. 164 s. ISBN 978-80-246-3120-2.
91. SOKAČOVÁ, L., 2005. *Reprezentace seniorů a seniorek v médiích* [online]. [cit. 2021-03-23]. Dostupné z: <https://www.feminismus.cz/cz/clanky/reprezentace-senioru-a-seniorek-v-mediich-3>.
92. ŠIMEK, J., 2017. *Gatekeeping* [online]. [cit. 2020-11-10]. Dostupné z: <http://medkult.upmedia.cz/Keywords/gatekeeping/>.

93. ŠPATENKOVÁ, N. SMÉKALOVÁ L., 2015. *Edukace seniorů. Geragogika a gerontodidaktika*. Praha: Grada. 232 s. ISBN 978-80-247-9917-9.
94. ŠTASTNÁ, L., 2017. *Mediální gramotnost v kontextu občanského vzdělávání*. [online]. Praha: Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd [cit. 2020-10-29]. Dostupné z: https://www.researchgate.net/profile/Lucie_Stastna3/publication/317427919_Media_Literacy_in_the_Context_of_Civic_Education_Medialni_gramotnost_v_kontextu_obcanskeho_vzdelavani/links/593a70fea6fdcc58aeb068a4/Media-Literacy-in-the-Context-of-Civic-Education-Medialni-gramotnost-v-kontextu-obcanskeho-vzdelavani.pdf.
95. ŠTĚPÁNKOVÁ, H., HOSCHL, C., VIDOVIČOVÁ, L., 2014. *Gerontologie. Současné otázky z pohledu biomedicíny a společenských věd*. Praha: Karolinum. 288 s. ISBN 978-80-246-2628-4.
96. SUCHÁ, J., HOMEROVÁ, I., 2019. *Praktický rádce pro život seniora*. Brno: CPress. 152 s. ISBN: 978-80-264-2769-8.
97. THOROVÁ, K., 2015. *Vývojová psychologie: proměny lidské psychiky od početí po smrt*. Nakladatelství: Portál. 576 s. SBN 978-80-262-0714-6.
98. TOMEŠ, I., 2010. *Úvod do teorie a metodologie sociální politiky*. Praha: Portál. 440 s. ISBN 978-80-7367-680-3.
99. TOMEŠ, I., ŠÁMALOVÁ, K., 2017. *Sociální souvislosti aktivního stáří*. Praha: Karolinum. 253 s. ISBN 978-80-246-3612-2.
- TRAMPOTA, T., VOJTĚCHOVSKÁ, M., 2010. *Metody výzkumu médií*. Praha: Portál. 296 s. ISBN 978-80-7367-683-4.
100. URBAN, L., DUBSKÝ, J., MURDZA, K., 2011. *Masová komunikace a veřejné mínění*. Praha: Grada. 240 s. ISBN 978-80-247-3563-4.
101. VEČEŘA, P., 2015. *Úvod do dějin tištěných médií*. 1. vydání. Praha: Grada. 280 s. ISBN 978-80-247-4178-9.
102. VEJVODOVÁ, J., GREGOR, M., 2018. *Nejlepší kniha o fake news!* Brno: CPress. 144 s. ISBN 978-80-2641-805-4.
103. VOLEK, J., 2013. *Mediální obraz ve volební kampani*. DOI: 10.13140/RG.2.1.1703.3049.
104. VIDOVIČOVÁ, L. A KOL. 2014. *Stáří ve městě, město v životě seniorů*. Praha: Nakladatelství SLON. 372 s. ISBN 978-80-7419-141-1.
105. WAGNER, L.S., LUGER, T.M., 2017. *Assessing positive attitudes toward older and younger adults*. DOI: 10.1080/03601277.2016.1272890.

106. WIJA, P., ŠERÁK, M., VIDOVIČOVÁ, L., 2018. *Komparativní analýza přístupu veřejné správy ve vybraných státech EU k participaci seniorů na veřejném rozhodování*. Praha. 96 s. ISBN 978-80-907662-0-4.
107. WHO, 2002. *Active ageing. A policy framework. A contribution of the World Health Organisation to the Second United Nations World Assembly on Ageing*. Geneva: Switzerland [online]. [cit. 2021-01-10]. Dostupné z: http://apps.who.int/iris/bitstream/10665/67215/1/WHO_NMH_NPH_02.8.pdf.
108. YLÄNNE, V., 2015. *Representations of ageing in the media*. Publisher: Taylor and Francis. 376 s. ISBN 978-113622102-6.
109. ZHONG, S., LEE, C., FOSTER, M. J., BIAN, J., 2020. *Intergenerational communities: A systematic literature review of intergenerational interactions and older adult's health – related outcomes*. DOI: 10.1016/j.sooscimed.2020.113374.

8 Seznam příloh

Příloha č. 1: Dotazník

Vážená paní, Vážený pane,

jmenuji se Dita Matoušková a jsem studentkou Zdravotně sociální fakulty v Českých Budějovicích oboru Management sociální práce v organizacích. Pro svoji diplomovou práci jsem si zvolila téma týkající se hodnocení mediálního obrazu seniorů ve městě Čáslavi. Pro vypracování mé diplomové práce potřebuji získat odpovídající data, znát Vaše názory, které se stanou cenným podkladem pro zdárné dokončení mé práce. Z tohoto důvodu se na Vás obracím s prosbou o spolupráci a zodpovězení následujících otázek. Prosim, aby dotazník vyplnili pouze osoby, které žijí ve městě Čáslavi. Dotazník je zcela anonymní a Vaše odpovědi budou sloužit pouze pro účely mé práce. V případě zájmu o výsledky mně můžete kontaktovat na e-mailu: Dita.Matouskova@email.cz

Děkuji za Vaši spolupráci.

Mediální obraz seniorů: Souhrnné označení pro celkové vyznění zpráv, které o seniorech uveřejnila média. Cílem tohoto výzkumu je zjistit, jak Vy osobně vnímáte a hodnotíte mediální články a reklamy o seniorech, které se v médiích objevují, a zdali média mají vliv na Váš názor na seniory.

1)Která média pro získávání informací preferujete?

- a) Televizní vysílání
- b) Rozhlasové vysílání
- c) Periodický tisk
- d) Internet

2)Jaký mediální obraz podle Vás média o seniorech vytváří?

- a) Rozhodně špatný
- b) Spíše špatný
- c) Přiměřený
- d) Spíše dobrý
- e) Rozhodně dobrý

3)V jaké souvislosti jsou podle Vás senioři v médiích nejvíce zmiňováni? (Prosím vyberte 1 odpověď, která podle Vás nejvíce odpovídá otázce)

- a) Zdraví a zdravotní stav
- b) Kriminalita (trestná činnost spáchaná na seniorech)
- c) Ekonomické problémy spojené se životem seniorů
- d) Sociální služby
- e) Kulturní a společenské akce pořádané pro seniory

4) Jaké pocity ve Vás vyvolávají informace o seniorech v médiích? (Více možných odpovědí)

- a) Hněv
- b) Pohoršení
- c) Neutrální pocity
- d) Soucit
- e) Radost

5) Jaký mají podle Vás média vliv na utváření postojů a chování mladé generace k seniorům?

- a) Rozhodně malý
- b) Spíše malý
- c) Neutrální
- d) Spíše velký
- e) Rozhodně velký

6) Přispívá podle Vás mediální obraz seniorů k jejich lepšímu začlenění se do společnosti?

- a) Rozhodně ne
- b) Spíše ne
- c) Nevím
- d) Spíše ano
- e) Rozhodně ano

7) Jaké je podle Vás postavení seniorů v naší současné společnosti?

- a) Velmi špatné
- b) Spíše špatné
- c) Neutrální
- d) Spíše dobré
- e) Velmi dobré

8) Jsou podle Vás média zdrojem, který přispívá k diskriminaci seniorů?

- a) Rozhodně ne
- b) Spíš ne
- c) Nevím
- d) Spíše ano
- e) Rozhodně ano

9) Staří lidé jsou důležitou a ceněnou součástí společnosti

- a) Rozhodně nesouhlasím
- b) Spíše nesouhlasím
- c) Nevím
- d) Spíše souhlasím
- e) Rozhodně souhlasím

10) Jaké vlastnosti jsou podle Vás typické pro seniory?

V každém řádku zaškrtněte číslo na škále od 1 do 5

aktivní	1	2	3	4	5	pasivní
hodnotný	1	2	3	4	5	bezpečný
rychlý	1	2	3	4	5	pomalý
silný	1	2	3	4	5	slabý
užitečný	1	2	3	4	5	zbytečný
blízký	1	2	3	4	5	vzdálený
bystrý	1	2	3	4	5	hloupý

11) S jakými stereotypy jsou podle Vás nejčastěji spojováni seniory?

	rozhodně nesouhlasím	spíše nesouhlasím	neumím posoudit	spíše souhlasím	rozhodně souhlasím
A) Člověk se stává starým dnem odchodu do důchodu					
B) Senioři nic nedělají, lze je tedy ignorovat					
C) Senioři jsou nemocní, trpí Alzheimerem a potřebují dlouhodobou péči					
D) Senioři mají jen tři zájmy – televizi, křížovky a rozebírání svých nemocí					
E) Senioři jsou ekonomickou zátěží pro společnost					
F) Senioři jsou ohroženi kriminalitou více než jiné věkové kategorie					
G) Všichni staří jsou stejní					

12)Vaše pohlaví

- a) Žena
- b) Muž

13)Váš věk

- a) 18-30
- b) 31-50
- c) 51-64

14)Vaše dosažené vzdělání

- a) Základní
- b) Střední škola bez maturity
- c) Střední škola s maturitou
- d) Vyšší odborná nebo vysoká škola

9 Seznam zkratk

ČR – Česká republika

ČSÚ – Český statistický úřad

MPSV – Ministerstvo práce a sociálních věcí

ORP Čáslav – Obec s rozšířenou působností

WHO – World Health Organization – Světová zdravotnická organizace