

UNIVERZITA PALACKÉHO V OLOMOUCI

Pedagogická fakulta

Ústav pedagogiky a sociálních studií

LENKA BARTOŠOVÁ

3. ročník – prezenční studium

Obor: Pedagogika – veřejná správa

**PROSTŘEDKY MASOVÉ KOMUNIKACE JAKO SOUČÁST
ŽIVOTNÍHO STYLU MLÁDEŽE**

Bakalářská práce

Vedoucí práce: RNDr. Evžen Růžička, CSc.

OLOMOUC 2010

Prohlašuji, že jsem bakalářskou práci vypracovala samostatně
a použila jen uvedených pramenů a literatury.

V Olomouci dne 22. března 2010

.....
vlastnoruční podpis

Děkuji RNDr. Evženovi Růžičkovi, CSc. za jeho podněty a rady, které mi poskytl při zpracování bakalářské práce.

Obsah

ÚVOD	5
I. TEORETICKÁ ČÁST	
1 VYMEZENÍ POJMŮ	8
2 KOMUNIKACE V NAŠEM ŽIVOTĚ	9
2.1 PERIODIZACE VÝVOJE LIDSKÉ KOMUNIKACE	10
2.2 TYPOLOGIE MEZILIDSKÉ KOMUNIKACE	10
2.3 ZÁKLÁDNÍ STRUKTURA A SLOŽKY KOMUNIKACE	11
2.4 DRUHY KOMUNIKACE	11
3 PROSTŘEDKY MASOVÉ KOMUNIKACE A JEJICH POSTAVENÍ VE SPOLEČNOSTI	13
3.1 HISTORIE PROSTŘEDKŮ MASOVÉ KOMUNIKACE	14
3.2 MÉDIA A ETIKA	16
4 DRUHY MÉDIÍ	17
4.1 TELEVIZE	17
4.2 REKLAMA	20
4.3 INTERNET	22
4.4 ZDRAVOTNÍ NÁSLEDKY MÉDIÍ	25
II. EMPIRICKÁ ČÁST	
5 VLASTNÍ VÝZKUM	27
5.1 CHARAKTERISTIKA VÝZKUMU	27
5.2 ZPRACOVÁNÍ VÝSLEDKŮ VÝZKUMU	28
ZÁVĚR	43
LITERATURA A PRAMENY	45
PŘÍLOHY	48

ÚVOD

Masová média se stala součástí našeho každodenního života. Zajišťují komunikaci pomocí komunikačních prostředků, které oslovují velké množství lidí v různých společnostech. Jejich role roste stále více a mnozí z nás si jejich zásah do našeho života ani neuvědomuje. Získáváme z nich mnoho informací a s jejich pomocí si utváříme určitý pohled na svět. Někdo si nedokáže představit snídani bez přečtení novin, rádia nebo televize. Tuto činnost si člověk tak zautomatizuje, že mu nedochází, jak ho média ovlivňují. Dojde mu až tehdy, když se stane něco výjimečného a nedostane svou denní „mediální dávku“.

Média prakticky prostupují do všech životních situací, a to od navazování partnerských vztahů (kdy se mladí lidé seznamují přes internet nebo se setkávají v kině), přes výchovu dětí (kde babičku s dědečkem nahrazují počítače), až po stáří (kdy osamělí lidé vyplňují svůj „dlouhý čas“ čtením časopisů a sledováním televize).

Měli bychom si všímat, jaké postavení média zastávají v našem životě, jak s nimi nakládáme a jak jejich existence utváří naše vztahy.

Skrytá moc médií spočívá v tom, že nenápadně přeměňují naše prostorové i časové chování. Televize v obývacím pokoji zaujímá takové místo, aby na ni bylo vidět z co nejvíce úhlů a noviny jsou vždy položeny na stole a každý člen domácnosti ví, kde je hledat. Média nám organizují i náš čas. Lidé čtou noviny ve stejnou dobu, snaží se uspořádat své povinnosti a zájmy tak, aby večer mohli sledovat zprávy nebo oblíbený pořad. Toto časoprostorové uspořádání má dopad na všechny členy rodiny. Díky tomu, že už začnou zprávy či pořad, rodiče nebo děti ukončí konverzaci

s omluvou, že si pohovoří až po jeho skončení. Často ale už tuto konverzaci nedokončí, i když se jedná o důležitou věc.

V 18. století ještě ale neexistovala žádná televize, noviny, rozhlas nebo rádio. Lidé měli jiný způsob zábavy a dorozumívání se. Nevěděli co se děje ve světě. Dokázali žít bez médií a komunikace mezi sebou byla pro ně životně důležitá.

Bylo by to dnes vůbec možné, aby náš svět fungoval bez médií? Jen málokdo z nás by si to dokázal představit. Vše by bylo jinak. Lidé by byli k sobě snad vlídnější, dokázali by spolu lépe komunikovat. Nejspíš by se zlepšil i náš životní styl, protože bychom se nepodřizovali médiím, která nám v podstatě vládou. Večerní setkávání u rodinného krbu a společné rekapitulování dne přešlo v neosobní sezení u televize, kdy spolu příbuzní nesdílí své zážitky a nové zkušenosti.

Toto téma jsem si vybrala z toho důvodu, protože si uvědomuji, že stále více populace nežije tak, jak by si sami představovali. Vliv médií se neustále znásobuje. Lidé se přestávají rozhodovat podle sebe, berou ohledy na okolí a média, která každý den prostupují jejich životem a ovlivňují názory i myšlenky.

Cílem mé bakalářské práce je zjistit, jak skutečně ovlivňují média životní styl mládeže. V teoretické části práce se věnuji komunikaci, která je nedílnou součástí našeho bytí, na postavení médií ve společnosti a jejich etiku. V krátkém historickém pohledu charakterizují vývoj prostředků masové komunikace a snažím se popsat vliv jednotlivých médií na mládež i celou společnost. Empirická část práce je zaměřena na užívání internetu mládeží.

I. TEORETICKÁ ČÁST

1 VYMEZENÍ POJMŮ

Předtím než se budeme zabývat samotným tématem, je třeba vymezit pojmy, které s touto problematikou úzce souvisí.

Slovo „médium“ pochází z latiny a znamená prostředek či zprostředkující činitel – tedy to, co něco zprostředkovává. Obecně lze **prostředek** definovat jako souhrn dějů, vlastností a věcí, kterými lze dosahovat vymezené cíle, jež si člověk sám stanoví. **Prostředky masové komunikace** se rozumí informační a sdělovací nástroje (rozhlas, tisk, televize, film, elektronická média) předávající jednotlivcům a skupinám podstatné zprávy o dění ve společnosti.

Slovo komunikace z latinského *communicare* znamená sdílet nebo také radit se. Termín **masová komunikace** vznikl koncem třicátých let dvacátého století a dodnes není přesně definován. Pojem „masový“ znamená velký počet, rozsah nebo množství (ať už lidí nebo výrobků), zatímco „komunikace“ se vyznačuje vysíláním a přijímáním informací.

Životní styl má několik charakteristik, např. podle Mohapla se životním stylem rozumí: „Určitý soubor názorů, návyků, postojů, temperamentních vlastností, které mají trvalý ráz a jsou pro každého individuálně specifické.“

(Mohapl, 1992, s. 72)

Mládež je sociálně demografická skupina se stejnými společnými znaky, a to biologickými, sociálními a psychickými. Toto období spadá do věkové skupiny od 15 do 20 let, ale často se tato hranice věku pohybuje v jiném rozmezí – to již záleží na společnosti. V této etapě si mládež vytváří hodnotový systém a vlastní názor na základě svých zkušeností. Snaží se odpoutat od autority (rodičů) a být autonomní.

2 KOMUNIKACE V NAŠEM ŽIVOTĚ

Komunikace (dorozumívání) je proces přenášení sdělení od nějakého zdroje (podavatele) k nějakému adresátovi (příjemci). Je nesmírně důležitá pro uplatnění se ve společnosti. Mnoho lidí má však s komunikací problémy. Stydí se mluvit v přítomnosti cizích, ale i známých osob, aby nevyslovili něco špatného a způsobili si tak společenský „faux pas“ nebo trpí nějakou řečovou vadou. Právě pro takovéto jedince již existuje několik komunikačních kurzů, jejichž cílem je prohloubit a vylepšit dovednosti potřebné pro komunikaci.

V současné době komunikaci zprostředkovává více médií než tomu bylo před několika lety. Čím dál více dětí, ale i dospělých tráví svůj volný čas telefonováním nebo sezením u počítače. Komunikují se svými kamarády přes nejrůznější elektronická média, jsou zahlceny stále novými programy a jít ven a povídat si se svými přáteli v přímém kontaktu již nepokládají za tak významné.

V několika rodinách se děti s rodiči přes den vůbec nevidí. Ztrácí s nimi kontakt tváří v tvář, děti jsou již od útlého věku navyklé mluvit se svými rodiči jen přes média, např. přes mobilní telefon a tento špatný zvyk se pak promítá do jejich budoucnosti.

„Dnešní děti tráví stále více času u obrazovky, a to nejen televizní, ale i počítačové. Někteří dospělí se toho děsí, jiní to považují za menší zlo než „něco horšího“.“

(Blažek, 1995, s. 42)

Správné komunikaci se člověk musí učit. Často to vyžaduje i dlouhodobý trénink a odhodlané úsilí. Rodiče a děti by měli mít při dorozumívání stanovena pravidla, kterých by se měli držet. Alespoň jednou za den se sejít a vysvětlit si mezi sebou

nedorozumění, objasnit důležité věci, společně sdílet radost, úspěchy a nenechat za sebe „mluvit“ média.

2.1 PERIODIZACE VÝVOJE LIDSKÉ KOMUNIKACE

Ball-Rokeach a DeFleur periodizovali vývoj lidské komunikace podle převládajícího způsobu komunikace v dané době.

1. Epoque znamení a signálů.
2. Epoque mluvení a jazyka.
3. Epoque psaní.
4. Epoque tisku.
5. Epoque masové komunikace.

(Jirák, Köpplová, 2007, s. 18)

2.2 TYPOLOGIE MEZILIDSKÉ KOMUNIKACE

Každá komunikace se odehrává v různých rovinách společnosti. Podle tohoto rysu lze komunikaci rozlišit na:

1. Intrapersonální – komunikace se sebou samým.
2. Interpersonální – komunikace mezi dvěma až třemi lidmi, tzv. dyadická či triadická.
3. Skupinová – komunikace uvnitř nějaké ustavené skupiny, např. rodiny.
4. Meziskupinová – komunikace mezi ustavenými skupinami, např. mezi třídami ve škole.
5. Institucionální/organizační – komunikační procesy v rámci politického systému či uvnitř podnikatelského subjektu.
6. Celospolečenská – komunikační procesy, jež jsou potenciálně dostupné všem příslušníkům určité společnosti

- zde spadá mediální komunikace, která je podmíněna existencí masových médií.

(Jirák, Köpplová, 2007, s. 16)

Tyto komunikace se liší podobou, např. interpersonální komunikace je hlavně dialogická, v ostatních rovinách spíše převládá monologičnost komunikování.

2.3 ZÁKLÁDNÍ STRUKTURA A SLOŽKY KOMUNIKACE

Komunikátor – osoba začínající komunikaci.

Komuniké – zpráva nebo informace, která se předává.

Komunikant, recipient – příjemce sdělení.

Komunikační kanál – způsob, cesta komunikace (gesta, slova).

2.4 DRUHY KOMUNIKACE

Verbální komunikace znamená dorozumívání se jedné, dvou či více osob pomocí jazyka a řeči. Je to specificky lidský způsob komunikace, který má formu mluvené nebo psané řeči. Jejím základním prvkem je slovo.

Lidé spolu komunikují nejen pomocí slov, ale i různými gesty, grimasy. Tato oblast se nazývá nonverbální komunikace – zahrnuje mimoslovní sdělení, která člověk úmyslně či neúmyslně předává druhému člověku nebo více lidem. Zde je komunikativní každý pohyb těla, proto se nonverbální komunikace rozlišuje na:

Gestika – zabývá se pohyby rukou, které mají sdělovací funkci.

Haptika – zabývá se doteky.

Kineziologie – zabývá se tělesnými pohyby při komunikaci.

Mimika – zabývá se výrazy ve tváři a pohyby očí.

Posturologie – zabývá se základními postoji těla.

Proxemika – zabývá se prostorovými vztahy.

Nonverbální komunikace je často neúmyslná, proto je třeba soustředit se na její projevy. Někdy mohou o nás vypovědět něco, co si sami ani nepřejeme.

3 PROSTŘEDKY MASOVÉ KOMUNIKACE A JEJICH POSTAVENÍ VE SPOLEČNOSTI

V dnešní moderní době jsou spíše nazývány masmédií. Jejich hlavním úkolem je proniknout do všech kultur a šířit informace mezi co největší počet lidí.

Mezi hlavní prostředky masové komunikace patří tisk, rozhlas, televize a elektronická média. Všechny tyto a mnoho dalších komunikačních prostředků nám umožňují svérázný typ společenské komunikace, z velké části ovlivňují naše chování, postoje, představy a myšlenky.

Masmédia mají podstatný význam v naší společnosti, jelikož se staly zdrojem moci – ovládají svět a přinášejí životně důležité informace, na jejichž základě fungují společenské instituce. Hodnotově vymezují co je normální a co se odchyluje od normality. Jsou podstatným zdrojem interpretace sociální reality a představ o ní a také primárním klíčem ke slávě. Představují určitý nástroj zábavy a trávení volného času.

Od svého počátku hrají velkou roli v politické oblasti i v průmyslovém odvětví, kde poskytují mnoho pracovních možností a bohatou škálu ekonomických prospěchů.

(srov. McQuail, 2007, s. 21)

„Klíčem k pochopení každého média není, co toto médium samo o sobě dělá nám, ale jakým způsobem s ním nakládáme my.“

(Blažek, 1995, s. 61)

3.1 HISTORIE PROSTŘEDKŮ MASOVÉ KOMUNIKACE

V této části se zaměříme na historii hlavních médií (tisk, rozhlas, televize a internet) a jejich rozvoj od někdejších dob po současnost.

Historie médií spadá až do dob pravěku. Za první prostředek komunikace lze považovat jeskynní kresby, které lidem zprostředkovávaly různé zprávy. Postupem času se začaly objevovat další prostředky, a to např. hliněné tabulky, papyrus a posléze papír. Toto období také souviselo s vývojem řeči, včetně psané podoby.

Za oficiálnější a nejstarší médium je však považován tisk, který vynalezl Johannes Gutenberg kolem roku 1450. Tisk se stal velkým objevem, rozšiřoval se po celém světě a značně přispěl k utváření národních kultur. Díky němu se velmi rychle šířily informace do různých zemí, a také významně přispěl ke zvýšení vzdělanosti.

Další vývoj médií byl spojen s vynalezením elektřiny. Řadí se sem především film, rozhlas a televize.

Film byl zpočátku jen černobílý, později nastala výroba barevných filmů. První kinematografické představení uspořádali bratři Lumierové v Paříži roku 1895. Vizuálnost tohoto média spočívala v pohyblivých obrazech na plátně. Byl to němý film, který byl doprovázen klavírní nebo houslovou hudbou. Širokoúhlé a stereoskopické filmy založené na prostorovém vidění, se zrodily až po druhé světové válce.

V roce 1903 se realizovalo první pokusné rozhlasové vysílání, o které se zasloužil vynálezce Valdemar Poulsen a konstruktér Reginald Fessenden. Až o sedmnáct let později zahájila americká stanice KDKA, jako první na světě, pravidelné rozhlasové

vysílání pro veřejnost. Roku 1923 zaznělo u nás, v tehdejším Československu první rozhlasové vysílání.

Za počátek televizního vysílání se považuje rok 1936. Do Československa se televize dostala až roku 1953, protože druhá světová válka její rozvoj dočasně zastavila. Televize dříve vysílala pomocí pozemních vysílačů. Dnes již ale existují satelity a kabelové sítě, jejichž prostřednictvím můžeme sledovat televizní programy.

Rozvoj internetu sahá až do roku 1969. V rámci armádního výzkumu v USA byla vyvinuta síť ARPANET, která navzájem propojovala počítače na čtyřech amerických univerzitách. Do druhé poloviny 80. let se internet uplatňoval pouze pro akademické a vědecké účely. Po roce 1993 nastal velký rozmach. Internet pronikl k široké veřejnosti a počet uživatelů začal růst čím dál rychleji. V současné době je tak dokonale vyvinut, že můžeme přes něj nakupovat, dívat se na on-line video z různých míst republiky, být ve styku s bankou nebo na dálku pracovat doma.

V každé době vývoje civilizace se nové a stále dokonalejší médium prodralo na vrcholek pyramidy a chvíli ostatním médiím vládlo, dokud jej nevystřídalo další. Faktem ale zůstává, že nová média nenahrazují stará, spíše jim vymezují „podřadnější“ místa ve společenské komunikaci. Např. lidé si stále píšou dopisy, jenže ne tak často jak tomu bylo v někdejší době, kdy ještě neexistoval telefon či internet.

HUNTER, E. *Vývoj médií*. [cit. 4. 11. 2009]. Přístup z: <http://referaty.atlas.sk/vseobecne-humanitne/nauka-o-spolocnosti/2722/vyvoj-medii>

3.2 MÉDIA A ETIKA

Etika je nauka, která se zabývá mravností a morálkou. Je to filozofická disciplína pracující s kategoriemi dobra a zla – na základně těchto kategorií hodnotí činnost člověka.

Média zasahují do našeho osobního života, zvláště do životů celebrit. Narušují právo na ochranu soukromí, tím, že zaměňují či vymyšlejí informace, které nejsou pravdivé. Způsobují tak lidem stres a jiné civilizační choroby, v nejhorších případech i smrt.

Uplácení novinářů je jeden z dalších špatných zvyků v médiích. Novináře uplácejí hlavně ti, kteří si chtějí zajistit dobrou pověst o sobě. Zpravidla se jedná o peníze nebo dary, jejichž hodnota se čím dál více zvyšuje. Za úplatky lze také považovat volné vstupenky na různé koncerty, apod.

Klamání spočívá například v tom, že novinář se vydává za někoho, kým není nebo skrývá svůj skutečný záměr práce.

Osobní účast na zprávě – může jít o to, že reportéři natočí vraždu v přímém přenosu, aniž by tomuto činu jakkoliv zabránili.

Plagiátorství – autor převezme cizí text nebo jeho část a vydává jej za vlastní. Tato činnost by se neměla v médiích vůbec vyskytovat, ale bohužel, ani v tomto nejsou české deníky výjimkou.

Tyto zmíněné činnosti patří mezi hlavní a jsou nejvíce eticky „na hraně“.

Etická pravidla by měli mít všichni novináři (a nejenom oni) na paměti. Měli by k lidem přistupovat s úctou a lidskostí, uvědomit si, že jejich práce nemusí být pro každého příjemná. Pro pracovníka médií je velmi jednoduché být „zlý“ a využívat mediální moci, kterou má díky tomu, že je členem redakce.

(srov. Jirák, Šmíd, aj., 2005, s. 51 – 53)

4 DRUHY MÉDIÍ

V této kapitole se budeme zabývat jednotlivými druhy médií a jejich vlivem na mládež, děti i dospělé. Orientujeme se především na televizi, reklamu a internet. Jsou to jedny z hlavních médií, které zauímají nejpřednější místa v současné společnosti. Mění náš životní styl. Přinášejí různá nebezpečí pro duševní i mravní vývoj dětí, ohrožují lidské vztahy mezi rodinou a přáteli, ale na druhou stranu se můžeme prostřednictvím nich bavit, odpočívat či získávat nové informace.

4.1 TELEVIZE

Televize – v některých domácnostech je považována za člena domácnosti a výchovný prostředek, ke kterému rodiče odkládají své děti, když zrovna nemají čas nebo náladu si s nimi povídat. Sledování televize mnohdy vyplňuje volné chvíle, ve kterých by si rodiče měli se svými dětmi povídat nebo hrát. V dobách, kdy ještě televize neexistovala, trávili čas rodiče s dětmi zpíváním, čtením a vyprávěním. Museli se zapojovat do těchto činností, a tak spolu i více komunikovali.

„Čím lépe je na tom dítě ve své rodinné konstelaci a vztazích s širším okolím, tím lépe se vyrovnává se silnými televizními zážitky a tím méně má sklon televizi propadat.“

(Blažek, 1995, s. 170)

Podle studií, děti a mládež tráví u obrazovky průměrně dvacet pět hodin týdně! Proto mají často problémy s vyjadřováním, jejich slovní zásoba je obsahově chudá. Pedagogové a psychologové považují vliv televize za pozitivní i negativní. Za pozitivní pokládají to, že televize nabízí dětem taková témata, o kterých si

mohou povídat s vrstevníky, a tak jim dávají možnost uplatnit se v kolektivu. Podle psychologa dr. Matějčka mohou děti u vhodně vybraného televizního pořadu relaxovat a odbourávat stresy. Z negativního hlediska vyplývá, že pasivní sledování televize má na jejich vývoj škodlivý vliv, neboť je obrazovka odvádí od rozvíjejících aktivit, jako jsou hry nebo komunikace s rodinou.

Televize bývá nejčastěji kritizována z hlediska svých nevhodných témat. Násilí je stále diskutovaným tématem mnoha odborníků. Výskyt násilných scén na obrazovce je velký. Jedna z prvních kvalifikovaných studií výskytu násilí v televizních pořadech byla provedená na katedře žurnalistiky univerzity v Sheffieldu na objednávku BBC a ITC. Pracovali úmyslně se širokou definicí násilí – od mírného, jako je rozbití okna, až po vraždu. Podíl násilí byl na jednotlivých kanálech různý. Většina násilí byla soustředěna do několika typů pořadů: 70 % veškerých násilných scén bylo nalezeno ve filmech a TV hrách, pak následovaly dětské pořady, které obsahovaly pětinu veškerého zjištěného násilí, neméně závažné bylo reálné násilí zobrazované ve zpravodajských relacích.

I dnešní studie dokazují, že v dětských pořadech je více násilí než v hlavních večerních pořadech. Děti na takovýchto pořadech přímo lpí. Je pro ně fascinující, když jejich oblíbený hrdina skočí ze skály nebo ho přejede auto a on stále žije. Nevědí, co je fikce a co je skutečné. Vnímají to jako probíhající realitu. Bez vědomí rodičů pak zkouší na sobě nebo svých kamarádech podobné pokusy. Někdy ale takové experimenty končí smrtí. Díky častému televiznímu násilí jsou některé děti v životě méně citlivé ke skutečným tragédiím a mají tendenci k nim přistupovat s lhostejností. U další skupiny dětí mohou násilné scény vést k bázlivosti nebo ke zbabělému chování.

Rodiče by měli znát program svých potomků a upozorňovat je na věci, kterým nerozumí nebo vysvětlovat něco, nač se sami zeptají. Současně by je měli naučit vypínat televizi ve správný čas, např. když zrovna běží přenos, který nemá hlavu ani patu.

„Je třeba, aby dospělí klidně a jasně řekli, co si myslí o programech nebo scénách, které se jim nelíbí. To dětem usnadňuje hledání vlastního názoru.“

(Blažek, 1995, s. 173)

Násilné obsahy samozřejmě nemají dopad jen na děti, ale i na ostatní populaci. Mnoho trestných činů, kterých se občané dopouštějí je inspirováno násilnými „výjevy“ z obrazovky.

Mládež stejně jako děti je významnou diváckou skupinou. Sledování televize má v jejich volném čase dominantní postavení. Podle výzkumu "Media v životě mládeže" je nejvyšší frekvence sledování televize u mládeže ve věku 15 – 18 let.

V tomto věkovém období již nejsou nijak kontrolovány rodiči. Vybírají si takové programy, které odpovídají jejich zájmům a pomocí nich si formují svůj pohled na svět.

Na obrazovce se objevují i seriály a filmy týkající se sexu. U mládeže se probouzí sexuální citění, chtějí zažít něco nepoznaného, a právě proto jsou tyto seriály a filmy u nich oblíbené. Erotické vysílání se vyskytuje zejména v nočních hodinách na komerčních kanálech, ale to mládež moc neodrazuje, protože si rádi počkají, aby uspokojili svoji touhu vidět něco nového a zároveň zakázaného.

„Otevřené zobrazování sexuálních aktivit bývá spojováno s takovými sociálně zatěžujícími jevy, jako je zvýšený výskyt těhotenství u nezletilých, šíření pohlavních chorob a AIDS.“

(Jirák, Köpplová, 2007, s. 189)

Dále jsou populární romantické seriály, sport, akční filmy, horory – prostě všechno, co příjemně šimrá lidské pudy.

Naše zákonodárství do jisté míry chrání děti a mládež tím, že se v televizi od šesté hodiny ranní do desáté večerní nesmí objevit nic, co by mohlo narušovat jejich mravní a duševní vývoj. Někdy tuto výstrahu nerespektují ani samotní rodiče a nechávají své potomky sledovat televizi do pozdních nočních hodin.

Přibývá lidí trávících svůj volný čas sezením u televize, řadí se sem zvláště jedinci s nižším vzděláním, lenoši a starší osoby.

„Průměrný člověk naší doby tráví před obrazovkou stále více času – a je stále více pod jejím vlivem. Ztrácíme tak postupně svůj vlastní svět a žijeme v syntetickém světě médií. A to je velké nebezpečí naší doby.“

(Říčan, Pithartová, 1995, s. 13)

4.2 REKLAMA

„Reklama náleží k hromadným sdělovacím prostředkům už proto, že představuje (a vždy představovala) významný – u komerčních médií pak jediný – zdroj financování.“

(Musil, 2003, s. 64)

Reklama – jsou to taková sdělení či činnosti, která mají na příjemce působit tak, aby se nějak choval, případně aby zaujal určitý postoj: něco si koupil, využil službu, rozhodl se pro nějakou značku nebo značku změnil, chodil k volbám, chránil přírodu, atd.

Reklama obklopuje veřejnost snad ze všech stran. V televizi se prolíná mezi jednotlivými pořady, v časopisech zabírá čím dál více stránek, na reklamních tabulích není kousek prázdného místa a internet je jimi přímo zaplaven. Rozlišujeme reklamy komerční, sociální a politické.

Komerční se snaží dostat do podvědomí každého člověka a nabídnout mu „sen“, po kterém touží. Ne vždy, je tento sen skutečností, neboť nás tato reklama často klame. Zobrazuje krásný svět, kde lidé hubnou sezením u televize pomocí přístroje poháněného na baterii nebo se zbaví mastnoty na nádobí jedním tahem díky perfektnímu mycímu prostředku. Zmanipulování reklamou si pak zakoupíme onen výrobek a zjistíme, že realita je bohužel jiná. Samozřejmě existují i takové reklamy, které nabízejí informace o produktu nenuceným způsobem a nesnaží se jedince nijak ovlivňovat – takových je ale málo.

Komerční reklamy je třeba brát s určitým nadhledem, protože jsou to jen spoty, jenž nás mají nalákat na to nejlepší z daného výrobku či služby.

„Reklama musí vytvářet iluzi, že mezi produkty a službami jsou zásadní rozdíly a že spotřebitelům správná volba pomůže vyřešit podstatné problémy.“

(Burton, Jiráček, 2001, s. 259)

Sociální reklama upozorňuje na společenské problémy v různých oblastech (nejčastěji se jedná o chudobu, zbytečnou smrt na silnicích, ochranu přírody, domácí násilí, týrání a zneužívání dětí, potraty, HIV). Cílem této reklamy je změnit chování a postoje lidí, vzbudit pocit odpovědnosti a ochotu přispět na potřebné věci. Nejde zde o propagaci výrobků, jako u komerční reklamy.

V politické reklamě se prezentují politické strany se svými programy. Oslovují občany a vyzývají je, aby volili danou politickou stranu. Vyskytují se zejména v předvolebních obdobích.

Reklama nemusí jen informovat o výrobcích, společenských problémech nebo politických stranách. Může být i prostředkem zábavy, pokud je originálně zpracovaná a dokáže zaujmout tak, že

děti, mládež a dospělí se jejími texty baví, snaží se ji napodobit nebo se stává žhavým diskusním tématem.

4.3 INTERNET

Internet – rozsáhlá počítačová síť, kde najdeme informace všeho druhu. Je úžasným nástrojem pro moderní společnost. Může ho využívat kdokoliv z nás. Nabízí nám velké možnosti, a to jak informační, vzdělávací, poznávací, pracovní tak i tvůrčí a zábavné. Někteří používají internet k urychlení své práce, jiní ho využívají k novým poznatkům, další chatují a stahují si různé programy, hudbu, obrázky atd., určitá skupina lidí přes internet nakupuje nebo sleduje on-line videa, podnikatelům otvírá bránu k jejich úspěchu. Bývá označován jako síť sítí. Jeho prostřednictvím se můžeme jednoduše spojit se světem, aniž bychom museli opustit svoje obydlí nebo pracoviště. V oblasti informování má schopnost okamžité aktualizace, proto je velkým konkurentem televize a denního tisku.

Na internetu nalezneme v podstatě všechno. Pokud potřebujeme zjistit různé údaje, ať už ke studiu, práci či jiným činnostem, zapomínáme na knihy a zapínáme internet. Četba knih v naší společnosti už nemá takový význam. Lidé, a zvláště mládež si často říkají: „Proč trávit dlouhý čas čtením knihy, když to můžu najít na internetu. Navíc je to rychlé a neztrácím čas.“ Nemusí tak chodit do knihoven či studoven, mohou získávat údaje a učit se v pohodlí svého domova. Internet dává lidem možnost, aby sami sebe volně vzdělávali. Pomáhá poznávat jiné kraje, země, jejich kultury, jazyky, zvyky, náboženství, atd.

Tato „dokonalá“ síť poskytuje i zaměstnání nebo brigády. Práce přes internet je vhodná jak pro zdravé jedince, tak pro jedince

s různým handicapem. Ti pracují doma a odpadají jim starosti a stresy z každodenního dojíždění.

Internet je opravdu mocným prostředkem. Jeho dalšího výhodou je nakupování, které se pomalu stává běžnou záležitostí každého z nás. Z tepla svého obývacího pokoje si můžeme brouzdat dvacetčtyři hodin denně a třistašedesátpět dní v roce po internetových obchodech a objednávat, co potřebujeme. Ceny zboží jsou zde většinou nižší než v klasických obchodech, ale to neznamená, že by bylo toto zboží méně kvalitní. Dalším bonusem tohoto nakupování je, že některé e-shopy nabízejí dopravu zcela zdarma nebo zdarma od určité hodnoty výrobků.

Internet také zajišťuje spojení osob, které by se za normálních okolností spolu nesetkali. Mládež i jedinci v pokročilém věku rádi navštěvují internetové seznamky, které jim umožňují psát si s přítelem na druhé straně republiky, vidět se pomocí webkamery a komunikovat. Někteří mají to štěstí a seznámí se s člověkem, se kterým zůstanou již po zbytek svého života, jiným stačí znát svého partnera pouze elektronicky, nepotřebují se s ním setkat tváří v tvář a dosáhnout fyzického spojení. V některých případech je to bezpečnější, jelikož přibývá vražd, které páchají osoby seznamující se na internetu. Ale na druhou stranu i samotné chatování s cizími osobami může být taktéž ohrožující. Existuje mnoho jedinců, kteří si prostřednictvím chatování vybírají svou oběť a tu pak následně vydírají. Častými oběťmi jsou děti a mládež.

Mezi nejpopulárnější fenomény současnosti patří Facebook, který je přístupný všem skupinám věkové generace. Jedná se o sociální síť, kde jsou lidé předurčeny k tomu, aby komunikovali s dalšími lidmi z celého světa. Zde si můžeme zažádat o virtuální přátelství kohokoliv a sdílet s ním jeho fotografie, kontrolovat co si píše, zúčastnit se různých diskusí a vyjadřovat svůj názor, atd.

Velkým lákadlem pro děti i mládež jsou internetové hry. Jedná se zejména o hry, kde je plno krve, násilí a zabíjení. Ty špatně působí na psychiku dětí a jejich vlivem se děti dopouštějí trestných činů. Každou chvíli se v médiích objevují zprávy o agresivních činech, které páchají do té doby hodné děti. Co se s tím dá dělat? Rodiče by neměli dětem hry zakazovat, ale zároveň by měli omezovat dobu hraní a snažit se vybírat správné hry, jenž nebudou mít velký dopad na psychiku potomků.

Z internetu lze získávat i takové informace, které by neměli být dětem, mládeži i dospělým vůbec přístupné jako např. výroba bomby nebo šíření dětské pornografie. Je to v podstatě svobodná síť. Každý může nalézt údaje, které jsou ilegální a myslet si, že mu za to nehrozí žádný postih – s tímto souvisí problém internetové anonymity. Řada uživatelů se domnívá, že jsou k internetu připojeni anonymně a netuší, že jejich IP adresa může na ně prozradit stát, ze kterého se připojují i konkrétní město. I když si někdo na chatu vymyslí přezdívku a se svým přítelem si tzv. šeptá a má za to, že je v anonymitě, tak je bohužel na omylu. Provozovatelé chatu si totiž mohou vše přečíst i snadno zjistit z jakého počítače jsme připojeni. Pak už zbývá jen krůček vypátrat naši identitu.

Celá populace si tuto síť sítí oblíbila díky tomu, že přináší tolik možností. A právě kvůli těmto možnostem může vznikat závislost na internetu. Podle studií vyplývá, že většinu závislých tvoří mladí lidé. Závislost na internetu je nemoc stejně jako závislost na drogách. Způsobuje problémy jako např. ztrátu smyslu pro realitu, izolovanost, rozpad sociálních vazeb a deprese. Internet je sice levnější než droga, ale za to lidi obírá o velké množství času (jsou popsány případy nepřetržitého surfování až čtyřicet hodin).

4.4 ZDRAVOTNÍ NÁSLEDKY MÉDIÍ

Věčné vysedávání před televizní nebo počítačovou obrazovkou může vést k poškození zraku, nervového systému, křivení páteře a psychosomatické problémy.

Horory mohou narušovat klidný spánek dětem, mládeži i dospělým, a to tak, že se jim před usnutím vybavují nejrůznější hroživé scény a snaha zahmouřit oči je někdy nulová. Při akčních filmech dochází u některých jedinců k dlouhodobému duševnímu napětí a to může dokonce poškozovat mozkové buňky.

Mezi další zdravotní následky médií patří večerní mlsání při televizi. Řada lidí si ráda zpříjemňuje chvíle při sledování televize různými sladkostmi či slaným. Toto večerní či noční mlsání může přerůst v přejídání, a to zdraví vůbec neprospívá.

Na člověka také působí škodlivé záření, pokud sedí u televize v okruhu asi dvou metrů.

V důsledku špatných pracovních návyků při práci s počítačem vznikají závažné zdravotní potíže. Jednou z nejčastějších potíží je syndrom karpálního tunelu. Jedná se o postižení až poškození středního nervu v oblasti zápěstí, které je způsobeno nevhodnou prací s myší. Tento syndrom se rozvíjí v okamžiku, kdy dochází k dlouhodobému tlaku v oblasti zápěstí.

Několikahodinové sezení u počítače způsobuje bolesti zad, zejména v oblasti krční, bederní a křížové. Je proto důležité správně vybrat židli, která zaručuje pohodlí při práci na počítači.

II. EMPIRICKÁ ČÁST

5 VLASTNÍ VÝZKUM

Ve výzkumné části své práce jsem se zaměřila na užívání internetu mládeží. Mým cílem bylo zjistit, zda je internet součástí životního stylu mládeže.

Pro zjištění tohoto cíle jsem zvolila nejpoužívanější metodu v pedagogických výzkumech, a to metodu dotazníkovou. Z časového hlediska a jednoduchosti zpracování se mi jevila jako nejvhodnější.

5.1 CHARAKTERISTIKA VÝZKUMU

Přípravná etapa

Po prostudování odborné literatury jsem stanovila dvanáct otázek. Tyto otázky obsahovaly dva typy odpovědí. Na některou otázku byla možnost odpovědi ano x ne, na jiné vybrat z nabídky a, b, c, d. Otázky jsem se snažila zformulovat tak, aby byly stručné, srozumitelné a jasné pro všechny žáky.

U otázky č. 7, 9 a 10 jsem stanovila hypotézy, pro jejichž testování jsem zvolila test nezávislosti chí-kvadrát pro čtyřpolní tabulku.

Dotazník se skládal ze dvou stran. Na jeho první stránce jsem uvedla pokyny potřebné pro vyplnění. Druhá stránka obsahovala samotné otázky s výběrem odpovědí (viz příloha 1).

Respondenty tohoto dotazníku byly jak dívky, tak chlapci ve věku 15 – 19 let.

Předvýzkum jsem realizovala na vzorku 15 osob.

Realizační etapa

Samotné šetření se uskutečnilo na gymnázium v místě mého bydliště – Slavičín. Gymnázium jsem osobně navštívila. Po domluvě s paní zástupkyní ředitele školy, jsem obešla jednotlivé třídy, kde byli žáci ve věku 15 – 19 let a na začátku vyučovacích hodin rozdala dotazníky mezi žáky a poprosila o jejich vyplnění. Na případné dotazy jsem byla připravena odpovědět, ale žáci byli pasivní a začali dotazníky vyplňovat bez jakýkoliv otázek.

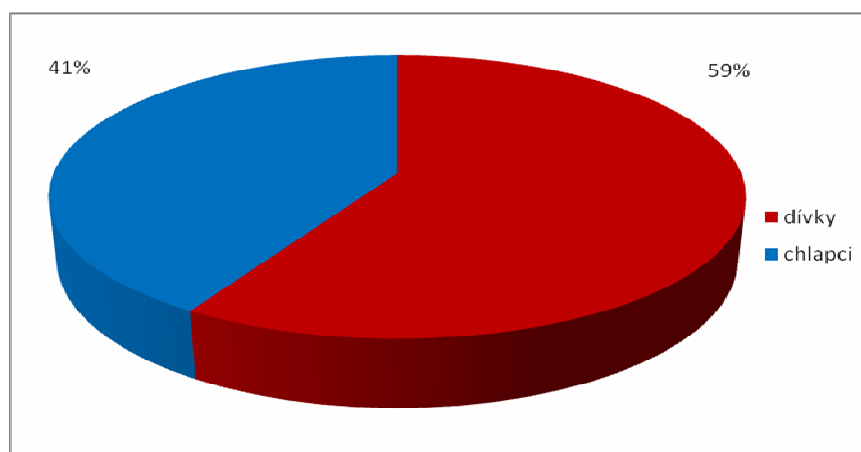
Vyhodnocování dotazníků

Vyplňování dotazníků probíhalo na začátku vyučovacích hodin a někteří žáci byli ještě zřejmě po přestávce rozrušeni, protože pět dotazníků obsahovalo více než jednu odpověď, musela jsem je proto vyřadit.

5.2 ZPRACOVÁNÍ VÝSLEDKŮ VÝZKUMU

Otázka č. 1

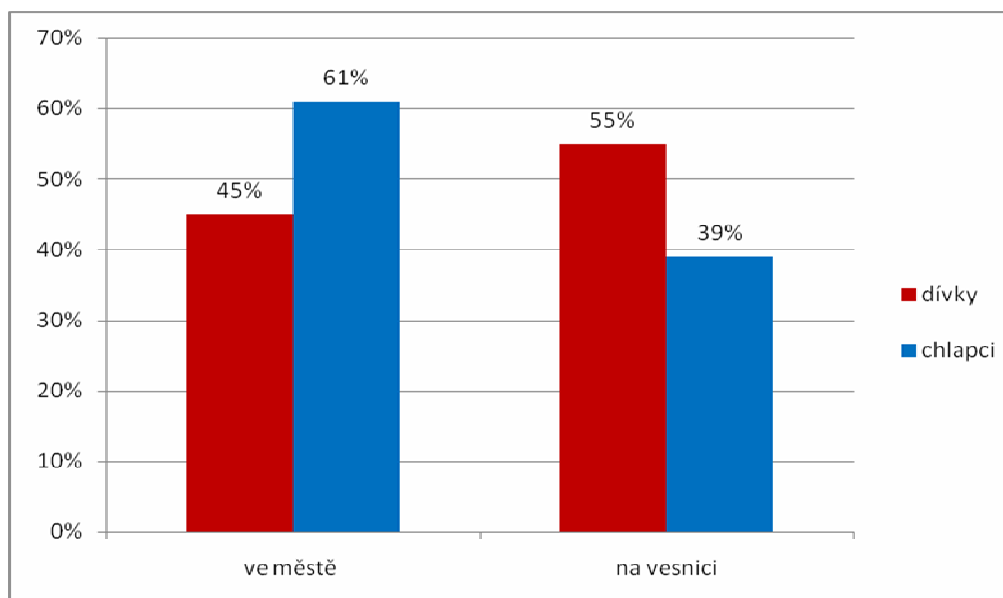
Pohlaví	
dívky	51
v %	59%
chlapci	36
v %	41%



Z grafu č. 1 vyplývá, že z 87 dotazovaných respondentů je 59 % dívek a 41 % chlapců.

Otázka č. 2

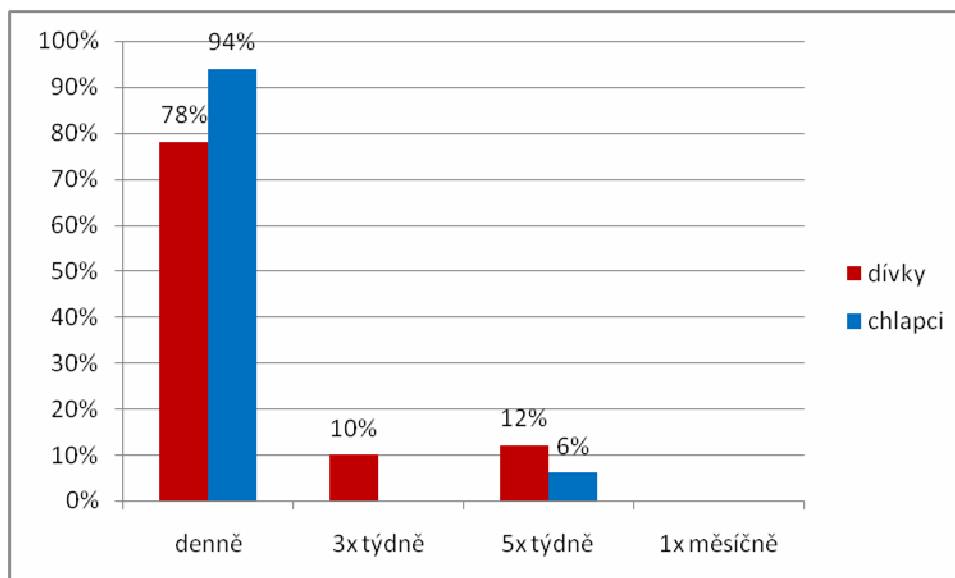
Bydlím		
	ve městě	na vesnici
dívky	23	28
v %	45%	55%
chlapci	22	14
v %	61%	39%



Podle grafu bydlí 45 % děvčat ve městě, 55 % na vesnici, 61 % chlapců ve městě a 39 % na vesnici.

Otázka č. 3

Jak často používáš internet?				
	denně	3x týdně	5x týdně	1x měsíčně
dívky	40	5	6	0
v %	78%	10%	12%	
chlapci	34	0	2	0
v %	94%		6%	

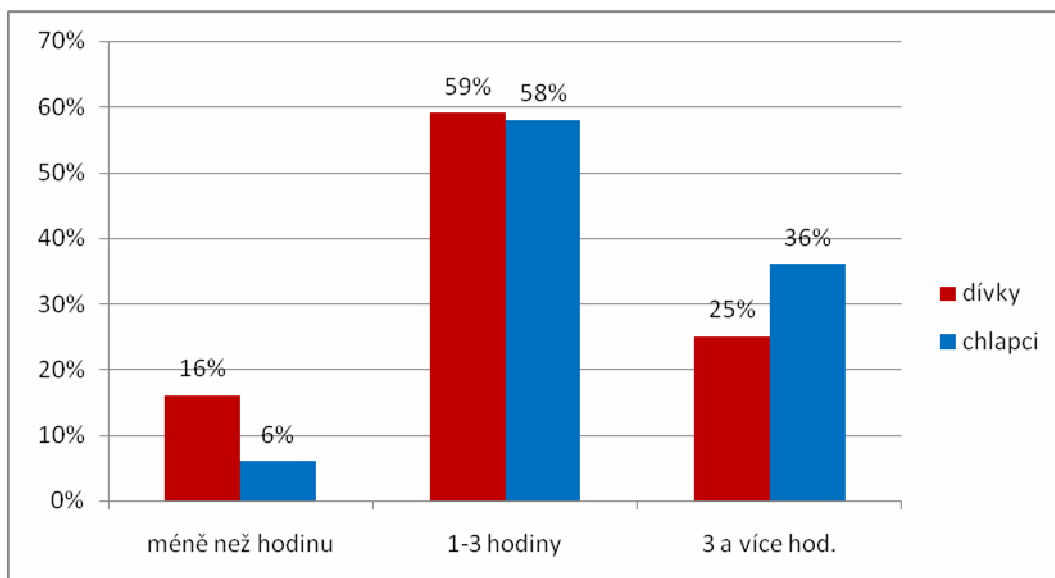


Z grafu je patrné, že nejvíce odpovědí je u odpovědi typu A. Denně používá internet 78 % dívek a 94 % chlapců. Velmi malé procento je u ostatních odpovědí – 10 % dívek používá internet 3x týdně, 12 % dívek a 6 % chlapců 5x týdně.

Internet je užíván mládeží skoro každý den. Není se čemu divit, protože řada lidí si bez něj život představit nedokáže, jak vyplývá z otázky č. 12.

Otázka č. 4

Kolik času strávíš na internetu za den?			
	méně než hodinu	1-3 hodiny	3 a více hod.
dívky	8	30	13
v %	16%	59%	25%
chlapci	2	21	13
v %	6%	58%	36%

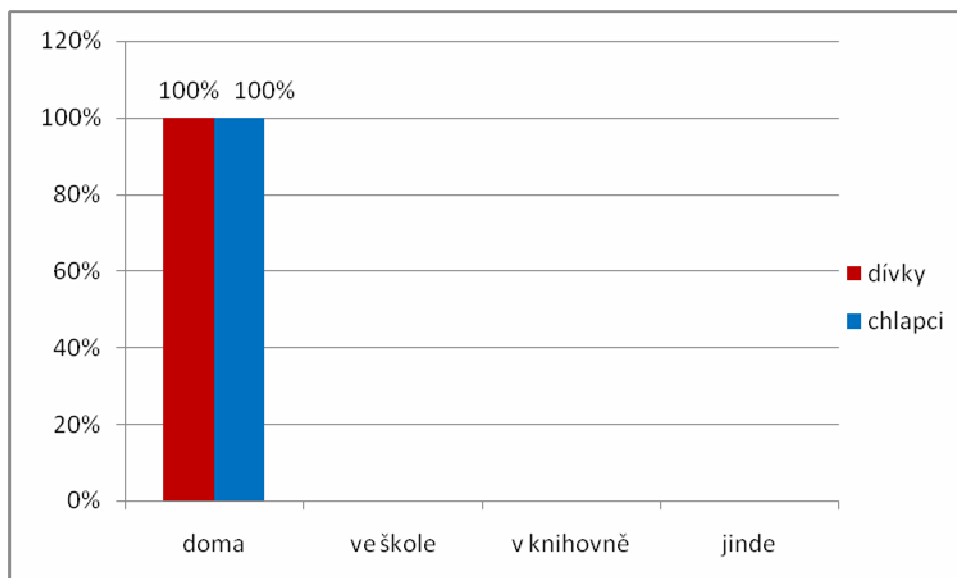


Respondenti zakroužkovali nejvíce odpověď B. 59 % děvčat stráví na internetu 1 – 3 hodiny za den, chlapci 58 %. Naopak velmi malé procento je u odpovědi A – 16 % děvčat a 6 % chlapců užívá internet méně než 1 hodinu. 25 % děvčat a 36 % chlapců používá internet více než 3 hodiny denně.

Jak je vidět, internet je opravdu nedílnou součástí dne většiny mládeže, protože u něj stráví v průměru 1 – 3 hodiny denně.

Otázka č. 5

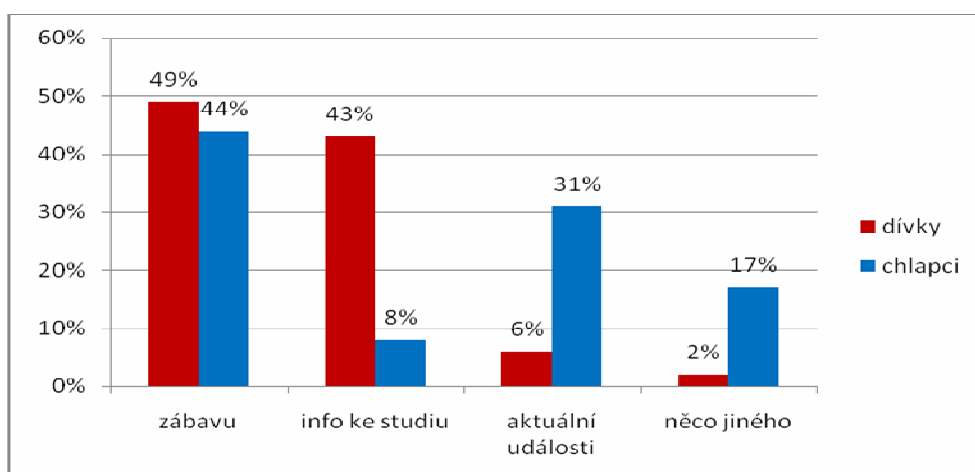
Kde máš nejčastěji přístup na internet?				
	doma	ve škole	v knihovně	jinde
dívky	51	0	0	0
v %	100%			
chlapci	36	0	0	0
v %	100%			



Jak chlapci, tak děvčata nejčastěji využívají přístup na internet doma. V dnešní době má většina domácností svůj internet, takže tato odpověď byla nejvíce očekávaná.

Otázka č. 6

Co na internetu nejčastěji vyhledáváš?				
	zábavu	info ke studiu	aktuální události	něco jiného
dívky	25	22	3	1
v %	49%	43%	6%	2%
chlapci	16	3	11	6
v %	44%	8%	31%	17%

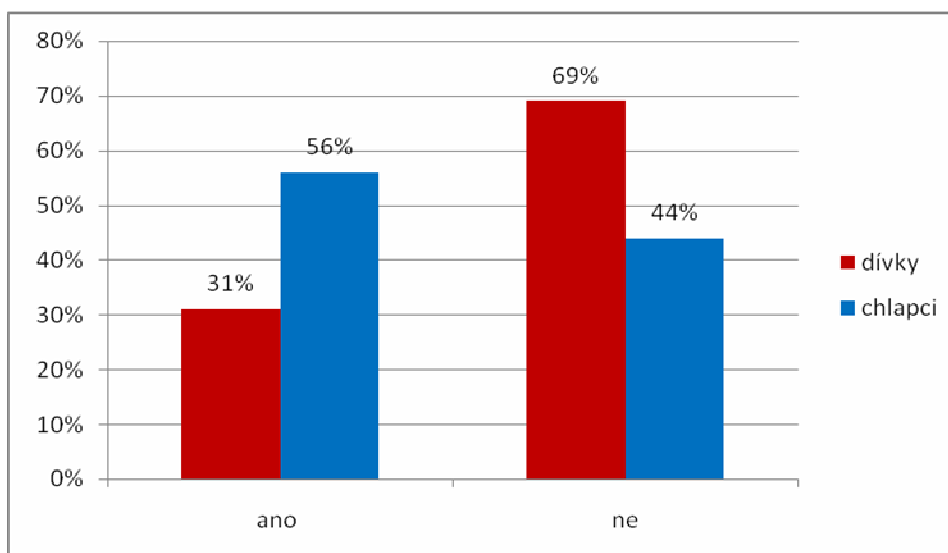


Jak z grafu vyplývá, mládež nejvíce na internetu vyhledává zábavu – 49 % děvčat a 44 % chlapců. 43 % dívek a 8 % chlapců hledá informace ke studiu. Jen 6 % děvčat a 31 % chlapců vyhledává aktuální události. Něco jiného 2 % dívek a 17 % chlapců.

Moje domněnka se opět potvrdila. Předpokládala jsem, že nejvíce odpovědí bude u odpovědi typu A. Mládež tedy nejvíce využívá internet pro zábavu. Studium zaujímá až druhou příčku. Rodiče a učitelé by se proto měli snažit o to, aby mládež netrávila svůj volný čas na internetu hlavně zábavou, ale vhodným způsobem je motivovala k využívání internetu ke studiu, např. učitelé by mohli zadávat jak ve vyučovacích hodinách, tak pro domácí studium úkoly, které by vyžadovaly využívání elektronických encyklopedií a různých slovníků.

Otázka č. 7

Hraješ hry na internetu?		
	ano	ne
dívky	16	35
v %	31%	69%
chlapci	20	16
v %	56%	44%



Tato otázka ukázala, že 56 % chlapců a 31 % dívek hry hrají. 69 % dívek a 44 % kluků hry nehrají.

Podle grafu hrají hry na internetu více chlapci. Pro ověření tohoto tvrzení jsem stanovila dvě následující hypotézy:

H_0 Frekvence hraní her na internetu je u dívek a chlapců stejně velká.

H_A Frekvence hraní her na internetu je u dívek a chlapců rozdílná (chlapci hrají hry častěji než dívky).

Nulová hypotéza (H_0) je předpoklad, že mezi sledovanými jevy není souvislost. Alternativní hypotéza (H_A) je předpoklad, že mezi sledovanými jevy je vztah, souvislost. Je tedy opakem nulové hypotézy.

Pro testování hypotéz jsem použila test nezávislosti chí-kvadrát pro čtyřpolní tabulku. Čtyřpolní tabulka se skládá ze dvou řádků a dvou sloupcích. Její použití přichází v úvahu v případech, kdy proměnné (jevy), mezi nimiž máme ověřovat vztah, mohou nabývat pouze dvou alternativních kvalit.

(srov. Chráska, 2003, s. 101)

Zvolená hladina významnosti: 0,05.

	hrají hry	nehrají hry	Σ
chlapci	20	16	36
dívky	16	35	51
Σ	36	51	87

	α	non α	
β	a	b	a+b
non β	c	d	c+d
	a+c	b+d	n

Výpočet chí-kvadrát v případě čtyřpolní tabulky se zjednodušuje použitím vztahu:

$$\chi^2 = n \cdot \frac{(ad - bc)^2}{(a+b) \cdot (a+c) \cdot (b+d) \cdot (c+d)}$$

Po dosažení příslušných hodnot do vzorce dostáváme:

$$\chi^2 = 87 \cdot \frac{(20 \cdot 35 - 16 \cdot 16)^2}{(20+16) \cdot (20+16) \cdot (16+35) \cdot (16+35)} = 87 \cdot \frac{197136}{3370896} = 5,088$$

Čtyřpolní tabulka má vždy 1 stupeň volnosti – k němu a zvolené hladině významnosti (0,05), hledáme příslušnou kritickou hodnotu v tabulkách.

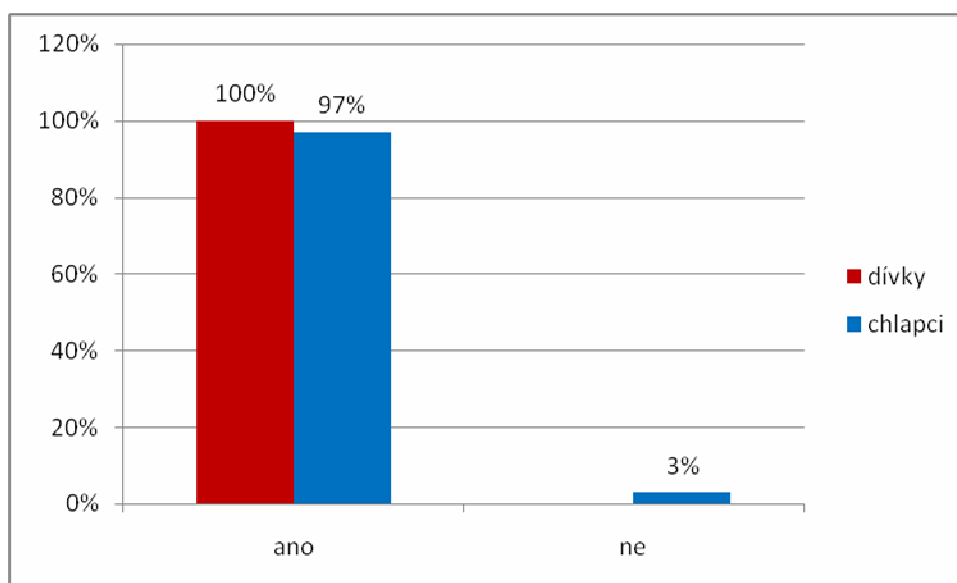
$$\chi_{0,05}^2(1) = 3,841 < 5,088$$

Zjistili jsme, že vypočítaná hodnota chí-kvadrát je větší než hodnota kritická, proto odmítáme nulovou hypotézu a přijímáme hypotézu alternativní, ta zní:

H_A Frekvence hraní her na internetu je u dívek a chlapců rozdílná (chlapci hrají hry častěji než dívky).

Otázka č. 8

Vyhledáváš na internetu studijní materiály?		
	ano	ne
dívky	51	0
v %	100%	
chlapci	35	1
v %	97%	3%

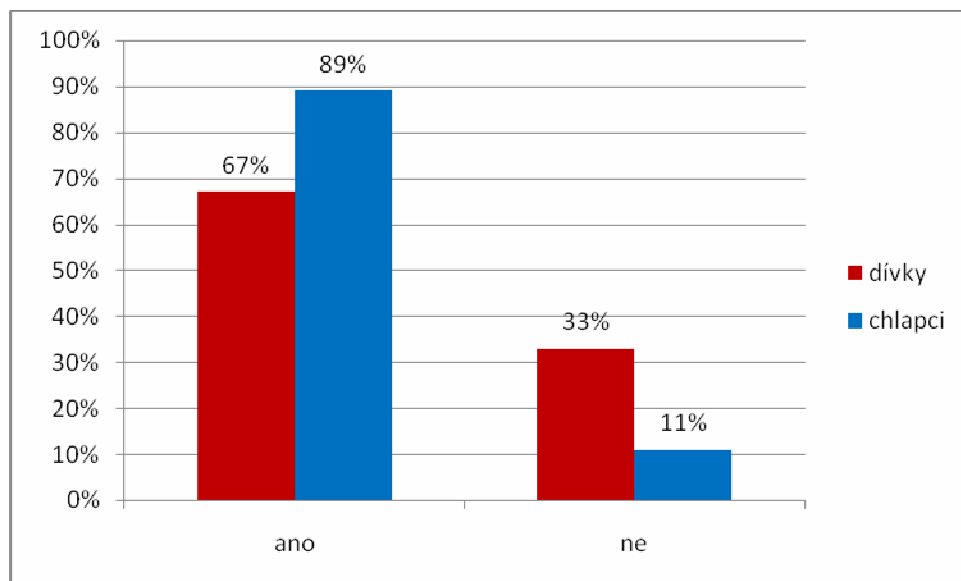


Graf ukazuje, že všichni, jak chlapci, tak děvčata vyhledávají studijní materiály na internetu. Pouze jeden chlapec ne.

Řada studentů vidí v internetu ulehčení práce, protože nemusí pracně vyhledávat potřebné informace v knížkách. Připojí se na internet a během chvilky najdou to, co potřebují.

Otázka č. 9

Nakupuješ přes internet?		
	ano	ne
dívky	34	17
v %	67%	33%
chlapci	32	4
v %	89%	11%



Jak je patrné z grafu, více přes internet nakupují chlapci 89 %, než děvčata 67 %. Pouze 11 % chlapců a 33 % děvčat přes internet nenakupuje.

Pro tvrzení, že chlapci nakupují přes internet více než děvčata, jsem formulovala tyto hypotézy:

H_0 Frekvence nakupování přes internet je u dívek a chlapců stejně velká.

H_A Frekvence nakupování přes internet je u dívek a chlapců rozdílná.

Při výpočtu budeme postupovat stejně jako u otázky č. 7.

Zvolená hladina významnosti: 0,05

	nakupují	nenakupují	Σ
chlapci	32	4	36
dívky	34	17	51
Σ	66	21	87

	α	non α	
β	a	b	a+b
non β	c	d	c+d
	a+c	b+d	n

$$\chi^2 = n \cdot \frac{(ad - bc)^2}{(a + b) \cdot (a + c) \cdot (b + d) \cdot (c + d)}$$

Po dosažení příslušných hodnot do vzorce dostáváme:

$$\chi^2 = 87 \cdot \frac{(32 \cdot 17 - 4 \cdot 34)^2}{(32 + 4) \cdot (32 + 34) \cdot (4 + 17) \cdot (34 + 17)} = 87 \cdot \frac{166464}{2544696} = 5,691$$

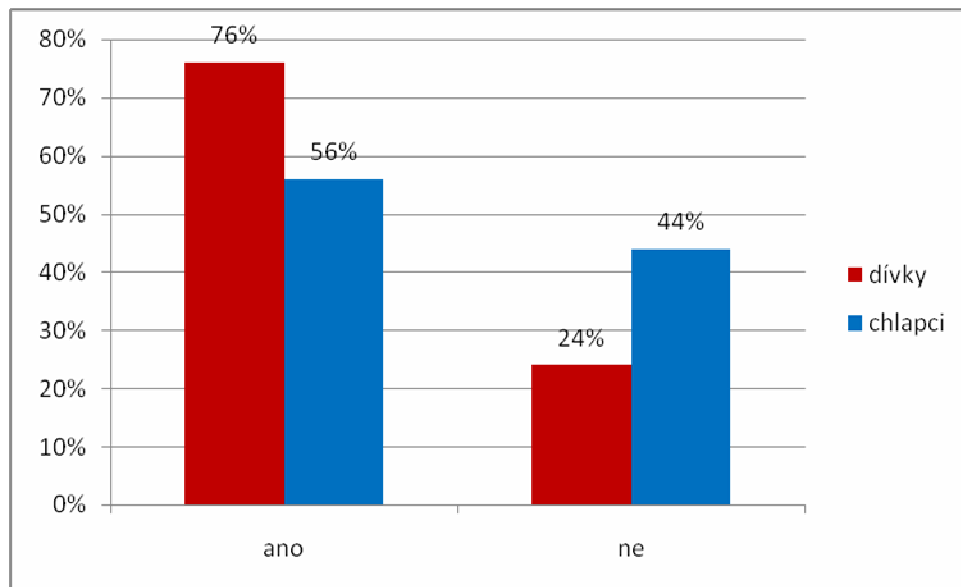
$$\chi_{0,05}^2(1) = 3,841 < 5,691$$

Opět jsme zjistili, že vypočítaná hodnota chí-kvadrát je větší než hodnota kritická, proto odmítáme nulovou hypotézu a přijímáme hypotézu alternativní, ta zní:

H_A Frekvence nakupování přes internet je u dívek a chlapců rozdílná.

Otázka č. 10

Seznámil/a ses někdy s někým přes internet?		
	ano	ne
dívky	39	12
v %	76%	24%
chlapci	20	16
v %	56%	44%



Graf ukazuje, že 76 % dívek a 56 % chlapců se s někým přes internet seznámili. 24 % děvčat a 44 % chlapců se s nikým neseznámili.

Dívky se tedy více seznamují přes internet než kluci. Internet nabízí řadu seznamek a zvláště děvčata by si měla počínat tak, aby se nedostala do problémů. Do seznamek se hlásí i takoví jedinci, kteří trpí různými poruchami a sexuálními deviacemi, a to může být pro člověka hledající lásku přes internetovou seznamku nebezpečné.

Pro ověření toho, zda se dívky seznamují přes internet více než kluci, jsem stanovila dvě hypotézy:

H_0 Frekvence seznamování přes internet je u dívek a chlapců stejně velká.

H_A Frekvence seznamování přes internet je u dívek a chlapců rozdílná.

Zvolená hladina významnosti: 0,05

	seznamují	neseznamují	Σ
dívky	39	12	51
chlapci	20	16	36
Σ	59	28	87

	α	non α	
β	a	b	a+b
non β	c	d	c+d
	a+c	b+d	n

$$\chi^2 = n \cdot \frac{(ad - bc)^2}{(a+b) \cdot (a+c) \cdot (b+d) \cdot (c+d)}$$

$$\chi^2 = 87 \cdot \frac{(39 \cdot 16 - 12 \cdot 20)^2}{(39+12) \cdot (39+20) \cdot (12+16) \cdot (20+16)} = 87 \cdot \frac{147456}{3033072} = 4,230$$

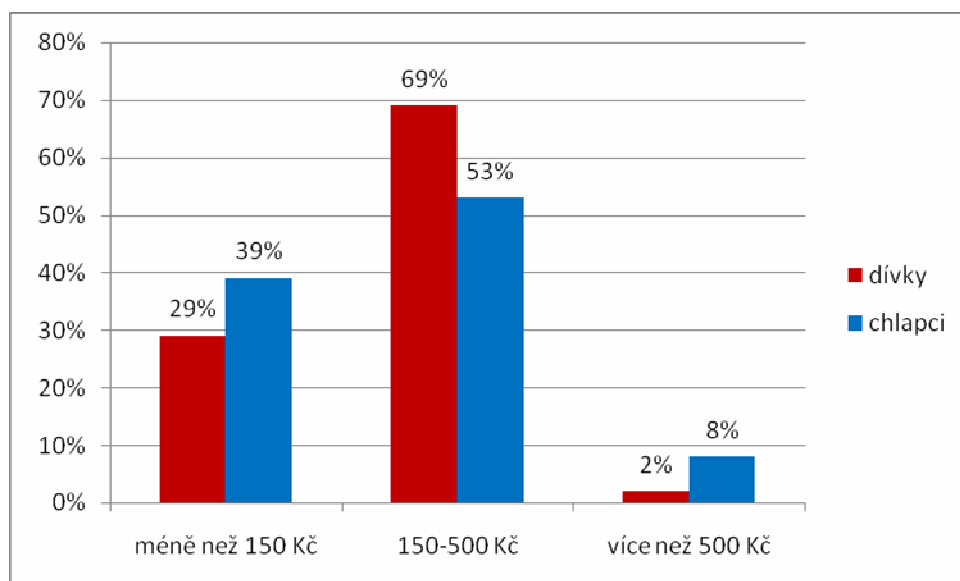
$$\chi_{0,05}^2(1) = 3,841 < 4,230$$

Odmítáme nulovou hypotézu a přijímáme alternativní.

H_A Frekvence seznamování přes internet je u dívek a chlapců rozdílná.

Otázka č. 11

Kolik peněz platíš měsíčně za internet?			
	méně než 150 Kč	150-500 Kč	více než 500 Kč
dívky	15	35	1
v %	29%	69%	2%
chlapci	14	19	3
v %	39%	53%	8%

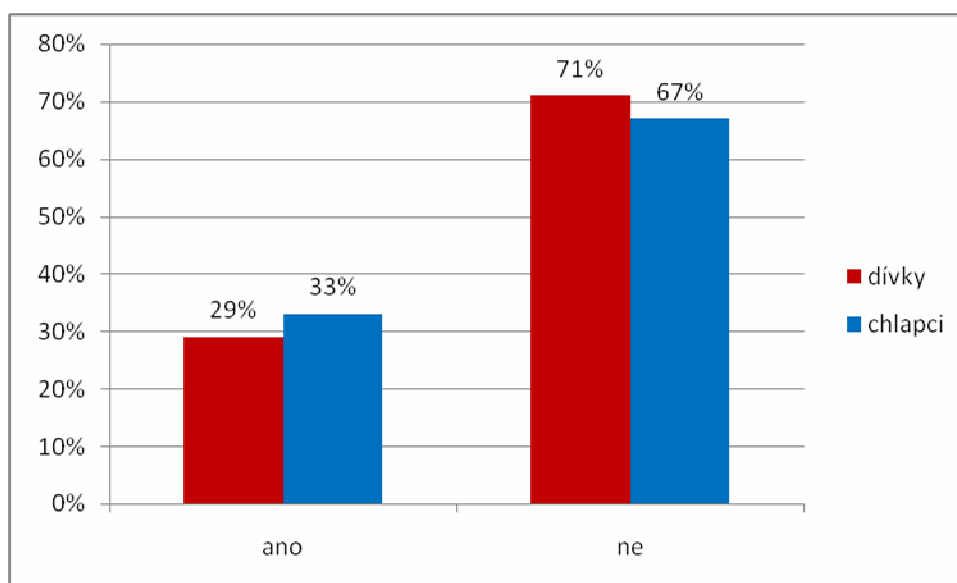


U této otázky nejvíce převažovala odpověď B. 69 % dívek a 53 % chlapců platí měsíčně za internet 150 – 500 Kč. Nejméně odpovědí bylo u odpovědi typu C, kdy pouze 2 % dívek a 8 % chlapců platí více než 500 Kč. Zbytek, tedy 29 % děvčat a 39 % chlapců za internet platí méně než 150 Kč.

Jen velmi malé procento dívek a chlapců platí za internet více než 500 Kč. Firmy zajišťující internetové připojení v našem městě a okolí, nabízí výhodné připojení s cenou pohybující se nejčastěji mezi 150 – 500 Kč měsíčně.

Otázka č. 12

Dokážeš si představit svůj život bez internetu?		
	ano	ne
dívky	15	36
v %	29%	71%
chlapci	12	24
v %	33%	67%



71 % dívek a 67 % chlapců si svůj život bez internetu představit nedokáže, 29 % dívek a 33 % chlapců však ano.

ZÁVĚR

Ve své práci jsem se zabývala médii a jejich vlivem na mládež. Tato problematika je stále diskutovaným tématem mnoha odborníků. Snaží se nalézt východisko, které by bylo schopno zaručovat co nejmenší dopad na psychický a sociální vývoj dětí a mládeže. Jak již bylo uvedeno, média ovlivňují naše myšlení, postoje a chování, což je třeba si uvědomit a podněcovat mládež k vytváření určitého odstupu od mediálních zpráv.

Důležitou roli při formování tohoto odstupu mají rodiče a pedagogové, kteří se podílejí na výchově jedinců. Rodiče by se měli zajímat o to, jak jejich děti tráví volný čas, jaké mají zájmy, jaké pořady sledují, co na internetu vyhledávají, apod. Samozřejmě by měli také klást důraz na vzájemnou komunikaci. Škola by měla nabízet žákům vhodnou zájmovou činnost a spolu s rodiči vytvářet správný přístup k médiím, naučit mládež využívat počítač, televizi (i další média) nejen k zábavě, ale i k naučným obsahům a novým věcem. V případě nevhodného užívání médií, např. hraní her s agresivními motivy by nemělo být použito zákazů ze strany rodičů, ale vysvětlení, že existují i jiné hry, které mohou na člověka působit pozitivně.

V empirické části jsem realizovala dotazníkové šetření na gymnázium v místě mého bydliště. Dotazník se týkal užívání internetu mládeží. Zjistila jsem, že internet je součástí dne většiny mládeže, který využívají především pro zábavu a také to, že řada dívek a chlapců si svůj život bez něj nedokáže představit. Podle tohoto dotazníku lze říci, že internet se stal součástí životního stylu mládeže.

Získané poznatky a závěry z tohoto výzkumu budou využity pro potřeby školy, na kterém bylo toto dotazníkové šetření prováděno.

Jsem si vědoma toho, že vypracovaná bakalářská práce nemůže v plném rozsahu obsáhnout tak širokou problematiku.

Toto téma mě natolik zaujalo, že bych se mu chtěla věnovat v diplomové práci.

LITERATURA A PRAMENY

1. BLAŽEK, B. *Tváří v tvář obrazovce*. 1. vyd. Praha : Sociologické nakladatelství, 1995. ISBN 80-85850-11-7.
2. BURTON, G., JIRÁK, J. *Úvod do studia médií*. 1. vyd. Brno : Barrister & Principal, 2001. ISBN 80-85947-67-6.
3. HOLOUŠOVÁ, D., KROBOTOVÁ, M., aj. *Diplomové a závěrečné práce*. 2. vyd. Olomouc : Univerzita Palackého Olomouc, 2005. ISBN 80-244-1237-3.
4. HUITEMA, CH. *A Bůh stvořil INTERNET...* 1. vyd. Praha : Mladá fronta, 1996. ISBN 80-204-0576-3.
5. CHRÁSKA, M. *Úvod do výzkumu v pedagogice : základy kvantitativně orientovaného výzkumu*. Olomouc : Univerzita Palackého Olomouc, 2003. ISBN 80-244-0765-5.
6. JIRÁK, J., KÖPPLOVA, B. *Média a společnost*. 2. vyd. Praha : Portál, s. r. o., 2007. ISBN 978-80-7367-287-4.
7. JIRÁK, J., ŠMÍD, M., aj. *10 let v českých médiích*. 1. vyd. Praha : Portál, s. r. o., 2005. ISBN 80-7178-925-9.
8. KUNCZIK, M. *Základy masové komunikace*. 1. vyd. Praha : Karolinum, 1995. ISBN 80-7184-134-X.
9. McLUHAN, M. *Jak rozumět médiím*. 1. vyd. Praha : Odeon, 1991. ISBN 80-207-0296-2.

10. McQUAIL, D. *Úvod do teorie masové komunikace*. 3. vyd. Praha : Portál, s. r. o., 2007. ISBN 978-80-7367-338-3.
11. MIČIENKA, M., JIRÁK, J., kol. *Základy mediální výchovy*. 1. vyd. Praha : Portál, s. r. o., 2007. ISBN 978-80-7367-315-4.
12. MOHAPL, P. *Úvod do psychologie nemoci a zdraví*. 1. vyd. Olomouc : Univerzita Palackého Olomouc, 1992. ISBN 80-7067-127-0.
13. MUSIL, J. *Elektronická média v informační společnosti*. 1. vyd. Praha : Votobia, 2003. ISBN 80-7220-157-3.
14. RAMONET, I. *Tyranie médií*. 1. vyd. Praha : Mladá fronta, 2003. ISBN 80-204-1037-6.
15. ŘÍČAN, P., PITHARTOVÁ, D. *Krotíme obrazovku*. 1. vyd. Praha : Portál, 1995. ISBN 80-7178-084-7.
16. BUDAI, D. *Jak si nezničit zdraví dlouhým sezením u počítače*. [cit. 2. 1. 2010]. Přístup z: <http://www.extranotebook.cz/jak-si-neznicit-zdravi-dlouhym-sezenim-u-pocitace?page=0%2C0>
17. HUNTER, E. *Vývoj médií*. [cit. 4. 11. 2009]. Přístup z: <http://referaty.atlas.sk/vseobecne-humanitne/nauka-o-spolocnosti/2722/vyvoj-medii>

18. Kolektiv. *Komunikace*. [cit. 22. 10. 2009] Přístup z:
<http://www.vysokeskoly.cz/maturitniotazky/otazky/zaklspolved/Komunikace.htm>
19. TÝFA, P. *Vliv reklamy na člověka*. [cit. 20. 11. 2009].
Přístup z: http://www.relaxuj.cz/art_doc-CB9B35817A8F50BEC12573ED00748D4C.html

PŘÍLOHY

Seznam příloh:

Příloha 1. Dotazník k bakalářské práci

Dotazník k bakalářské práci

Dobrý den,

jsem studentkou 3. ročníku Univerzity Palackého v Olomouci. Zpracovávám bakalářskou práci na téma *Prostředky masové komunikace jako součást životního stylu mládeže*. Tento dotazník slouží k vypracování praktické části mé práce. Dotazník je zaměřen na užívání internetu a je anonymní.

Vybírejte pouze jednu odpověď.

Prosím o pravdivé zodpovězení otázek.

Informace získané z tohoto dotazníku nebudou zneužity!

Děkuji Vám za spolupráci a za Váš strávený čas nad vyplňováním otázek.

1) Pohlaví

- a) žena b) muž

2) Bydlím

- a) ve městě b) na vesnici

3) Jak často používáš internet?

- a) denně b) 3x týdně c) 5x týdně
d) 1x měsíčně

4) Kolik času strávíš na internetu za den?

- a) méně než hodinu b) 1-3 hodiny c) 3 a více hodin

5) Kde máš nejčastěji přístup na internet?

- a) doma b) ve škole c) v knihovně
d) jinde

6) Co na internetu nejčastěji vyhledáváš?

- a) zábavu (hry, chat,...) b) informace ke studiu c) aktuální události
d) něco jiného: (napíš)

7) Hraješ hry na internetu?

- a) ano b) ne

8) Vyhledáváš na internetu studijní materiály?

- a) ano b) ne

9) Nakupuješ přes internet?

- a) ano b) ne

10) Seznámil/a ses někdy s někým přes internet?

- a) ano b) ne

11) Kolik peněz platíš měsíčně za internet?

- a) méně než 150 Kč b) 150 – 500 Kč c) více než 500 Kč

12) Dokážeš si představit svůj život bez internetu?

- a) ano b) ne

ANOTACE

Jméno a příjmení:	Lenka Bartošová
Katedra:	Ústav pedagogiky a sociálních studií
Vedoucí práce:	RNDr. Evžen Růžička, CSc.
Rok obhajoby:	2010

Název práce:	Prostředky masové komunikace jako součást životního stylu mládeže
Název v angličtině:	Resources of mass communication as a part of youths' lifestyle
Anotace práce:	Bakalářská práce se zabývá problematikou vlivu médií na životní styl mládeže. V teoretické části práce jsem se věnovala komunikaci, postavení médií ve společnosti a jejich vlivem na mládež. V empirické části jsem uskutečnila dotazníkové šetření na gymnázium v místě mého bydliště, ve kterém jsem se zaměřila na užívání internetu mládeží.
Klíčová slova:	komunikace, mládež, média, životní styl
Anotace v angličtině:	This bachelor thesis deals with the impact of media on youth style. In the theoretical part I attended to communication, to the status of media in society and their influence on youth. In the empirical part, I conducted the questionnaire survey at secondary school in my place of residence in which I focused on the use of the Internet by young people.
Klíčová slova v angličtině:	communication, youth, media, lifestyle
Přílohy vázané v práci:	1 příloha
Rozsah práce:	48 stran
Jazyk práce:	český