

# **Média a mládež**

**Média v životě žáků studijního oboru Reprodukční grafik pro média**

Jana Šarmanová

---

Bakalářská práce  
2009



Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně  
Fakulta humanitních studií

---

Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně  
Fakulta humanitních studií  
Ústav pedagogických věd  
akademický rok: 2008/2009

# ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: **Jana ŠARMANOVÁ**  
Studijní program: **B 7507 Specializace v pedagogice**  
Studijní obor: **Sociální pedagogika**  
  
Téma práce: **Média a mládež**

Zásady pro vypracování:

**Zpracování teoretických východisek pro praktickou část práce**  
**Provedení zpracování praktické části – dotazník**  
**Zpracování a vyhodnocení výsledků**  
**Přijetí odpovídajících závěrů**

Rozsah práce:

Rozsah příloh:

Forma zpracování bakalářské práce: **tištěná/elektronická**

Seznam odborné literatury:

**MEYROWITZ, J. Všude a nikde. Vliv elektronických médií na sociální chování. Univerzita Karlova v Praze, Nakladatelství Karolinum 2006. ISBN 80-246-0905-3.**

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

**GAVORA, P. Úvod do pedagogického výzkumu. Brno : Paido, 2000. Edice pedagogické literatury. ISBN 80-85931-79-6.**

**SAK, P., MAREŠ, V. Člověk a vzdělání v informační společnosti. Praha : Portál, s.r.o. ISBN 978-80-7367-230-0.**

Vedoucí bakalářské práce: **Mgr. Eva Šalenová**  
Ústav pedagogických věd  
Datum zadání bakalářské práce: **18. února 2009**  
Termín odevzdání bakalářské práce: **15. května 2009**

Ve Zlíně dne 18. února 2009



L.S.

prof. PhDr. Vlastimil Švec, CSc.  
*děkan*

Mgr. Soňa Vávrová, Ph.D.  
*vedoucí katedry*

## PROHLÁŠENÍ AUTORA BAKALÁŘSKÉ/DIPLOMOVÉ PRÁCE

Beru na vědomí, že

- odevzdáním diplomové/bakalářské práce souhlasím se zveřejněním své práce podle zákona č. 111/1998 Sb. o vysokých školách a o změně a doplnění dalších zákonů (zákon o vysokých školách), ve znění pozdějších právních předpisů, bez ohledu na výsledek obhajoby <sup>1)</sup>;
- beru na vědomí, že diplomová/bakalářská práce bude uložena v elektronické podobě v univerzitním informačním systému dostupná k prezenčnímu nahlédnutí;
- na moji diplomovou/bakalářskou práci se plně vztahuje zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) ve znění pozdějších právních předpisů, zejm. § 35 odst. 3 <sup>2)</sup>;
- podle § 60 <sup>3)</sup> odst. 1 autorského zákona má UTB ve Zlíně právo na uzavření licenční smlouvy o užití školního díla v rozsahu § 12 odst. 4 autorského zákona;
- podle § 60 <sup>3)</sup> odst. 2 a 3 mohu užít své dílo – diplomovou/bakalářskou práci - nebo poskytnout licenci k jejímu využití jen s předchozím písemným souhlasem Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně, která je oprávněna v takovém případě ode mne požadovat přiměřený příspěvek na úhradu nákladů, které byly Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně na vytvoření díla vynaloženy (až do jejich skutečné výše);
- pokud bylo k vypracování diplomové/bakalářské práce využito softwaru poskytnutého Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně nebo jinými subjekty pouze ke studijním a výzkumným účelům (tj. k nekomerčnímu využití), nelze výsledky diplomové/bakalářské práce využít ke komerčním účelům.

Ve Zlíně ..... 1.5.2009 .....

..... *Garmanova Jana* .....

---

*1) zákon č. 111/1998 Sb. o vysokých školách a o změně a doplnění dalších zákonů (zákon o vysokých školách), ve znění pozdějších právních předpisů, § 47b Zveřejňování závěrečných prací:*

*(1) Vysoká škola nevýdělečně zveřejňuje disertační, diplomové, bakalářské a rigorózní práce, u kterých proběhla obhajoba, včetně posudků oponentů a výsledku obhajoby prostřednictvím databáze kvalifikačních prací, kterou spravuje. Způsob zveřejnění stanoví vnitřní předpis vysoké školy.*

*(2) Disertační, diplomové, bakalářské a rigorózní práce odevzdané uchazečem k obhajobě musí být též nejméně pět pracovních dnů před konáním obhajoby zveřejněny k nahlázení veřejnosti v místě určeném vnitřním předpisem vysoké školy nebo není-li tak určeno, v místě pracoviště vysoké školy, kde se má konat obhajoba práce. Každý si může ze zveřejněné práce pořizovat na své náklady výpisy, opisy nebo rozmnoženiny.*

(3) Platí, že odevzdáním práce autor souhlasí se zveřejněním své práce podle tohoto zákona, bez ohledu na výsledek obhajoby.

2) zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) ve znění pozdějších právních předpisů, § 35 odst. 3:

(3) Do práva autorského také nezasahuje škola nebo školské či vzdělávací zařízení, užíje-li nikoli za účelem přímého nebo nepřímého hospodářského nebo obchodního prospěchu k výuce nebo k vlastní potřebě dílo vytvořené žákem nebo studentem ke splnění školních nebo studijních povinností vyplývajících z jeho právního vztahu ke škole nebo školskému či vzdělávacímu zařízení (školní dílo).

3) zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) ve znění pozdějších právních předpisů, § 60 Školní dílo:

(1) Škola nebo školské či vzdělávací zařízení mají za obvyklých podmínek právo na uzavření licenční smlouvy o užití školního díla (§ 35 odst.

3). Odpirá-li autor takového díla udělit svolení bez vážného důvodu, mohou se tyto osoby domáhat nahrazení chybějícího projevu jeho vůle u soudu. Ustanovení § 35 odst. 3 zůstává nedotčeno.

(2) Není-li sjednáno jinak, může autor školního díla své dílo užit či poskytnout jinému licenci, není-li to v rozporu s oprávněnými zájmy školy nebo školského či vzdělávacího zařízení.

(3) Škola nebo školské či vzdělávací zařízení jsou oprávněny požadovat, aby jim autor školního díla z výdělku jím dosaženého v souvislosti s užitím díla či poskytnutím licence podle odstavce 2 přiměřeně přispěl na úhradu nákladů, které na vytvoření díla vynaložily, a to podle okolností až do jejich skutečné výše; přitom se přihlédne k výši výdělku dosaženého školou nebo školským či vzdělávacím zařízením z užití školního díla podle odstavce 1.

## **ABSTRAKT**

Tato bakalářská práce je zaměřena na problematiku využívání médií žáky studijního oboru Reprodukční grafik pro média. Obsahuje rozbor preferencí různých druhů médií v časovém kontextu, jejich souvislost se vzdělávacím procesem a rovněž jejich roli v naplňování volnočasových aktivit mladých lidí. Na vzorku žáků střední školy je zde prezentováno nazírání mladého člověka na média všeobecně s důrazem na obecně uznávané priority mládeže ve vztahu k dostupným médiím. Teoretická část podává stručný náhled na problematiku médií a období adolescence. Praktická část se věnuje výzkumu vztahu adolescentů k médiím, zkoumáním času tráveného kontaktem s médii, zejména pak práci s internetem. Struktura práce se opírá o kvantitativní výzkum, poznatky z literatury a mou pedagogickou praxi.

**Klíčová slova:** média, komunikace, adolescent, mediální gramotnost, internet, volný čas, mládež, vzdělávání.

## **ABSTRACT**

This bachelor thesis is focused on issues of media students field of study graphic reproduction for the media. It contains an analysis of preferences for different types of media in the context of the time, their relationship with the educational process and their role in fulfilling leisure activities for young people. In a sample of secondary school pupils presented here is a young person's attitude to the media in general with emphasis on the generally accepted priorities of youth in relation to the available media. The theoretical part of the work gives a brief insight into the issues of media and adolescence period. The practical part deals with research related to media adolescents, examining the time spent in contact with the media, especially with the Internet. The structure of work is based on quantitative research, knowledge of literature and teaching experience of myself.

**Keywords:** media, communication, adolescent, media literacy, leisure, youth, education.

## **PODĚKOVÁNÍ**

Děkuji Mgr. Evě Šalenové za odborné vedení práce a všem blízkým, kteří mě podporovali při studiu a při vytváření této práce.

## **OBSAH**

<b>ÚVOD</b> .....	<b>9</b>
<b>I TEORETICKÁ ČÁST</b> .....	<b>10</b>
<b>1 MÉDIA</b> .....	<b>11</b>
1.1 TIŠTĚNÁ MÉDIA .....	13
1.2 POSLECHOVÁ MÉDIA .....	14
1.3 TELEVIZE.....	14
1.4 INTERNET A KOMUNIKACE .....	15
<b>2 ADOLESCENCE</b> .....	<b>17</b>
2.1 VŠEOBECNÁ CHARAKTERISTIKA ADOLESCENCE.....	17
2.2 VÝVOJ OSOBNOSTI V ADOLESCENCI.....	18
<b>3 MÉDIA V ŽIVOTĚ MLÁDEŽE</b> .....	<b>22</b>
3.1 MÉDIA VE VOLNÉM ČASE.....	22
3.2 VLIV MÉDIÍ .....	23
3.3 MÉDIA V PROCESU VZDĚLÁVÁNÍ A VÝCHOVY.....	23
3.4 MÉDIA A SOCIÁLNÍ CHOVÁNÍ MLÁDEŽE .....	25
3.4.1 Agresivita v médiích .....	26
3.4.2 Reklama a její vliv .....	27
<b>II PRAKTICKÁ ČÁST</b> .....	<b>29</b>
<b>4 ZÁKLADNÍ CHARAKTERISTIKY VÝZKUMNÉ ČÁSTI PRÁCE</b> .....	<b>30</b>
4.1 CÍLE VÝZKUMNÉ ČÁSTI PRÁCE.....	30
4.2 VÝZKUMNÝ PROBLÉM .....	30
4.3 VOLBA A ZDŮVODNĚNÍ POUŽITÝCH TECHNIK A METOD.....	30
4.4 STANOVENÍ VÝZKUMNÉHO VZORKU .....	31
4.5 METODY ZPRACOVÁNÍ DAT .....	31
<b>5 VÝSLEDKY VÝZKUMU</b> .....	<b>32</b>
5.1 INTERPRETACE VÝSLEDKŮ VÝZKUMU .....	32
5.2 VYHODNOCENÍ VÝSLEDKŮ VÝZKUMU .....	51
<b>ZÁVĚR</b> .....	<b>54</b>
<b>SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY</b> .....	<b>55</b>
<b>SEZNAM GRAFŮ</b> .....	<b>58</b>
<b>SEZNAM TABULEK</b> .....	<b>59</b>
<b>SEZNAM PŘÍLOH</b> .....	<b>60</b>



## ÚVOD

Bezprostřední komunikace člověka s člověkem – tváří v tvář – je nejpřirozenější formou komunikace mezi lidmi. Ústní komunikace byla postupem času doplněna o psanou a tištěnou formu, později přichází rozhlas, televize a internet. V dnešní společnosti roste zákonitě význam mezilidské komunikace jako formy sociálního styku. Vznikají nová moderní média, která stále více ovlivňují podobu společenského života každého jednotlivce, hlavně mládeže. Objevují se nové informační technologie, nové pojmy, nová mediální a virtuální sdělení. Podmínkou optimálního využití těchto možností je dokonalá orientace v této realitě, v celé její šíři a souvislostech. Tento proces se týká především mladé nastupující generace, její výchovy a vzdělávání.

V této bakalářské práci jsem se zaměřila na problematiku využívání médií současnou mládeží. Výzkumný soubor je tvořen žáky studijního oboru Reprodukční grafik pro média na Střední průmyslové škole polytechnické – Centru odborné přípravy Zlín, kde působím jako učitelka odborného výcviku.

Obsahem oboru je celá organizační struktura polygrafického odvětví a odvětví zaměřeného na práci s médii. Žáci tohoto oboru využívají specializovaný software pro přípravu obrazu a textu. Zabývají se přípravou a zpracováním digitálních dat, připravují podklady pro tisk, zpracovávají multimediální aplikace (web, animace, 3D modelace, zvuk). Prakticky realizují výtvarné nároky grafického návrhu, musí být schopni stanovit optimální technologický postup výroby zakázky. Již v době studia se při praktické výuce také podílejí na tvorbě médií, například při práci na vydávání školního časopisu, práci na zakázkách, při tvorbě tiskovin a reklamních brožur. Po ukončení studia mohou absolventi najít uplatnění v grafických studiích nebo reklamních agenturách, v nakladatelstvích, popřípadě mohou pracovat v obchodních odděleních tiskáren nebo obdobných příbuzných oborech. Jejich studium i následné zařazení je přímo závislé na moderních komunikačních technologiích.

Hlavním cílem praktické části práce je zjistit, do jaké míry žáci média využívají, která preferují, kolik jim věnují času a jaký k nim mají vztah, a to vše se zvláštním zřetelem na internet. Dílčím cílem je získat informace o tom, jak využívají žáci tato média k rozvoji svého dalšího odborného růstu.

Teoretická část práce je rozčleněna do tří kapitol, z nichž každá si všímá určité oblasti. Její základ tvoří studium odborné literatury.

## **I. TEORETICKÁ ČÁST**

## 1 MÉDIA

„Termín „médiu“ má původ v latinském adjektivu *medius* (= prostřední), z něž vzniklo i slovo *mediare* (= prostředkovat). Médiem je tedy to, co se nalézá „uprostřed“ jako zprostředkovatel. Vědecký zájem o média byl vyvolán nástupem masových komunikačních (hromadných sdělovacích) prostředků ve 20. století. Víme však, že obdobně, byť méně hromadně, fungoval již dříve tisk a písemný projev vůbec“ (Spousta, 1996, s. 17).

Samotná média můžeme chápat v širších souvislostech.

Obecně lze vymezit dvě různé kategorie médií podle toho, jaký typ společenských vztahů mají nebo mohou vytvářet či podporovat a jakou roli plní média jakožto společenská instituce (Jirák, Köpplová, 2003):

- **Interpersonální média** – jejich uživatelé se vzájemně vnímají jako jedinečné osobnosti a média umožňují vysílání a přijímání vzkazů na obou stranách. Můžeme sem zařadit formu korespondence, chat na internetu, e-mail, videokonference, zprávy SMS a telefon. Tato média podporují sociální vztahy mezi jednotlivci. Umožňují dialog mezi osobami, umožňují reakce a zpětnou vazbu. Komunikace se odehrává v určitém čase, který nelze zopakovat. V souhrnu lze říci, že tato média slouží k interpersonálnímu styku.
- **Masová média** slouží k celospolečenské komunikaci, nepodporují vysílání a přijímání sdělení na obou stranách, nýbrž většinou jeden zdroj oslovuje velkou masu příjemců. A právě tak média vytvářejí nové sociální vazby ve společnosti, utvrzují skupinovou identitu a pomáhají jedinci utvářet si obraz o společnosti a kultuře ve které žije. Mezi masová média můžeme zařadit noviny, knihy, časopisy, rozhlas, televizi, ale i internetové verze tištěných periodik a časopisů, internetové televizní a rozhlasové vysílání.

Média oslovují velký počet lidí a tím do značné míry formují jejich názory a postoje, což dokumentují vzorce chování, jak upozorňuje Spousta (1996, s. 17): „Nevzniká skutečný „dialog“ a pro plnohodnotnou komunikaci nezbytný zpětnovazební efekt. Mezi oběma póly se kupí čím dál víc prostředkujících faktorů, informační tok směřující od vysílajícího se rozšiřuje, vzorce komunikačního chování příjemce se relativně zužují, zjednodušují a standardně typizují, stávají se odosobněnými, zploštěnými a povrchními, což ovlivňuje i vysílajícího, který s tímto působením počítá a může příjemce i manipulovat. Působení

*masových médií tedy členy společnosti více aktivuje, zároveň je však činí pasivními vůči nabídce informací.“*

Charakteristické rysy masové komunikace jsou:

- Komunikační tok informací je jednosměrný.
- Přenos informací o událostech (zpravodajství) je zdokumentovatelný tiskem, fotograficky nebo filmem.
- Ten, kdo informace sděluje, nemá možnost sledovat reakce publika, ke zpětné vazbě dochází jediné formou ohlasů na pořad – měřením sledovanosti.

Médiím jsou přisuzovány tyto společenské funkce (Jiráček, Köplová, 2003):

- **informace** – poskytování informací o událostech,
- **socializace** – vysvětlování a komentování významných událostí, podpora platných společenských norem,
- **kontinuita** – podpora převládajících kulturních vzorců v návaznosti na společenský vývoj,
- **zábava** – nabídka napětí, pobavení, rozptýlení, prostředek uvolnění sociálního napětí,
- **získávání** – nábor pro společensky významné cíle v oblasti politiky, ekologie, globálních cílů atd.

Meyrowitz (2006) výstižně hodnotí schopnost médií přetvářet kulturu a podobu vědomí během procesu jejich zařazování do spektra již existujících komunikačních forem, aniž by vytěsnil ty staré. Například písmo nezpůsobilo krach mluveného diskurzu, proměnilo ovšem funkci řeči a lidské paměti. Stejně tak televize neodstranila četbu a psaní. Telefon se nestal náhradou písemné korespondence. Začlenění nového média do kultury však posouvá funkce, důležitost a vlivy starších médií. Například telefon měl zcela jistě dopad na účel a frekvenci psaní dopisů. Historikové a životopisci si dnes stýskají na úpadek osobní korespondence a s tím související nedostatek důležitých osobních i společenských záznamů. To v současné době ještě více zvýrazňuje existence mobilních telefonů a jejich funkce SMS zpráv a e-mailů.

## 1.1 Tištěná média

Statisticky je doložitelné, že mládež od devadesátých let stále méně čte tištěná média – noviny, časopisy a knihy.

Paradoxně můžeme od 90. let zaznamenat prudký rozvoj v časopisecké tvorbě. Stoupla výrazně šíře nabídky jak domácích, tak i zahraničních titulů. Časopisecká produkce se snaží přizpůsobit agresivnímu boji o čtenáře, náplň časopisů pro děti se změnila ve prospěch her, zábavy dobrodružství a hlavně „světovosti“. Tento trend reprezentují zejména tituly typu Bravo Girl, Cosmo Girl, Dívka, Top magazín, Pop Life apod. Vedle změn obsahových došlo i k výrazným změnám technickým. Některé z titulů hýří barevností a kvalitou tiskového provedení. Mnohé časopisy si ale ke škodě věci nedělají příliš starost s intelektuální úrovní, ani obsahovou kvalitou zpracování. Je zde především zaznamenán nárůst agresivity, erotiky, iluzorní krásy a reklamy. V ostrém konkurenčním boji často vítězí komerce nad kvalitou, což zvláště u literatury pro děti a mládež rozhodně není žádoucí.

Tištěná média společnost rozděluje do mnoha odlišných informačních kategorií založených na rozdílech ve čtenářské kompetenci a zájmů cílových skupin.

Při jednom z průzkumů a mapování časopisů pro děti a mládež na našem trhu jsem zjistila, že časopisy, které jsou určeny cílové skupině, zejména dívkám 15–18 let, jsou v oblíbě u dívek výrazně mladších. Tato skutečnost problém ještě prohlubuje.

Cílová skupina adolescentů je atakována prostřednictvím reklamy v tisku různými firmami se záměrem nabídnout a prodat co největší množství mobilních telefonů, počítačových her, kosmetiky, značkové módy, hudebních přehrávačů apod.

Životní styl dnešní mládeže prochází změnami a do tohoto „zrychleného“ tempa těžko zapadá četba klasických knih a literatury obecně. Text se digitalizuje a stěhuje se na monitory počítačů. Z virtuální reality jsou děti a mladí lidé navyklí na určitý charakter sdělení vyznačující se plochostí a jednoznačností.

Knihy se svým požadavkem na soustředění a představivost čtenáře zaujímá mezi médii specifické místo. „*Vyžaduje osobnější přístup a svůj časový rámeček. Na čtení je potřeba vynaložit značné množství energie, takže si čtenáři vybírají konkrétní knihu v žánru, který je zajímá. Až na výjimky platí pravidlo, že lidé čtou to, co odráží jejich osobní a skupinovou realitu*“ (Meyrovitz, 2006, s. 78). Mezi další přednosti knihy patří její adresnost

k vybrané skupině čtenářů. Uspokojuje vnitřní potřebu sdílet příběh děje, rozvíjí fantazii a často nahrazuje absenci mezilidských vztahů.

Je velká škoda, že mladá generace si dost dobře neuvědomuje význam a výhodu psaného textu, ke kterému se můžeme kdykoliv vrátet, doplňovat ho a z něj dále vycházet.

## 1.2 Poslechová média

Současná doba odsunuje na okraj klasické médium jakým je rozhlas. Je poněkud opomíjena jeho výjimečná vlastnost – nevyžaduje absolutní koncentraci na jím šířené informace. Posluchač může během poslechu tohoto média vykonávat další fyzickou či jinou práci. Mladí lidé většinou užívají přístroje z této kategorie výhradně pro poslech hudebních pořadů. Těmto zájmům se přizpůsobují internetová rádia, která mají ve svém žánru zařazeny různé hudební styly a minimum mluveného slova.

Z oblasti vzdělávání, kulturních pořadů, sportovních přenosů apod. jednoznačně vítězí oproti rozhlasu audiovizuální technika, jakou je televize, popřípadě internet.

## 1.3 Televize

Televize silně upoutává diváky všech věkových kategorií živou názorností a svou emotivností. Nabízí velkou měrou nespočet událostí a různých příběhů. V určitém věkovém období nás upoutává více, v jiném méně.

Velkým problémem je prezentace násilí prostřednictvím televizní obrazovky.

*„Že mediální násilí poškozují dětskou psychiku, to dnes víme stejně jistě, jako že cigaretový dým škodí plicím. Jestliže ještě někdo tvrdí, že to není bezpečně prokázáno, pak buď nejde o odborníka, nebo jsou ve hře dlouhé špinavé prsty velkých peněz“ (Říčan, 1995, s. 19).*

Co je na sledování televizní obrazovky v této souvislosti tak nebezpečné? Snaha napodobit často neskutečné a nereálné chování hlavních hrdinů akčních seriálů. A i když nedochází přímo k napodobování, oslabuje se v mladých lidech jejich schopnost soucítit se, být solidární a může se v nich probudit nebezpečné zalíbení v ubližování druhým. U jiných může naopak sledování těchto pořadů vést k přílišné bázlivosti a úzkosti.

Další věc, kterou často na obrazovkách můžeme spatřit, je „kýč“, který sice není nijak zvlášť nebezpečný, pokud ho ovšem není příliš mnoho, pokud se nestane únikem před realitou a pokud neovládá naše myšlení do té míry, že kazí náš vkus.

Mladý člověk, kterému jsou neustále předkládány modely neohrožených, dokonalých hrdinů, pak těžko hledá vlastní identitu. Propadne určitému ideálu, jsou mu cizí skutečné emoce, jako je láska, štěstí a bolest. Virtuální realita nahrazuje skutečný život. Před televizorem tak u něj mizí a zakrňuje tvořivá představivost, která je velmi důležitá pro formování osobnosti člověka.

## 1.4 Internet a komunikace

Internet je důležité komunikační médium, které využívá obraz, zvuk nebo psaný text a tak vlastně spojuje všechny tyto oblasti v jedné mediální technologii. Mezi klady internetu musíme zejména uvést informační dostupnost, interaktivnost při výměně zpráv a rychlost. Pro tyto vlastnosti je velmi oblíben zejména u mladé generace.

Dle Vybírala (2005) internet umožňuje rychlou komunikaci pomocí e-mailů (elektronických dopisů), chatů (původ z angl. chat – pokecat si), ICQ (původ z angl. I seek you – hledám tě, jde o intimnější chatování dvou osob), virtuálních diskusních skupin, vytváření zájmových komunit, zapojování se do diskuzí nebo rozšíření blogů (ze spojení web log – na internetu vyvěšovaný deníček s osobními zápisy – jde o obdobu soukromého zpravodajství nijak necenzurovaného). To vše má zjevný i méně zjevný účinek na toho, kdo těchto možností využívá. Kdo si zvykl na internetovou komunikaci, těžko se jí dobrovolně vzdá.

Charakteristickým rysem komunikace ve virtuálním prostředí je jeho dopad na kvalitu řeči a v samotném důsledku i na způsob myšlení. Důsledkem je pak špatné vyjadřování, gramatické chyby, špatná jazyková kultura, omezená slovní zásoba a nesamostatný projev.

Další oblastí, do které komunikace na internetu zasahuje, je chování a jednání. Pod „rouškou anonymity“ může jedinec vystupovat sám za sebe, nebo se vydávat za někoho jiného. V různých diskuzích se řeší různá často i pochybná témata, můžeme tam zaznamenat i velmi vulgární slovník, napadání atd. Převážně dochází k disinhibici projevu. Vybíral (2005, s. 272) vysvětluje tento pojem jako *„odložení zábran a skrupulí, ztrátu nebo překonání nesmělosti, plachosti a ostychu, v krajních případech může jít o obcházení tabu a zákazů, tedy o jistou odvážanost či nevázanost na normy, která může být až anomální. Di-*

*sinhibice, kterou můžeme sledovat při internetové komunikaci jak v e-mailech, tak (zejména) na chatech, je v posledních letech pravidelně uváděna jako jeden z nejzjevnějších a nejspecifičtějších znaků elektronické komunikace.“*

Prostředí internetu, které je anonymní, napomáhá adolescentům k odreagování frustrací. Tento stav se někdy promítá negativním způsobem do skutečného reálného světa a postižený se může dostávat do problémů nejenom v běžných mezilidských vztazích, ale často ve vyhraněných situacích i do problémů se zákonem.

Delší dobu se diskutuje o tom, jestli existuje závislost na internetu. Různé studie považují za nadužívání internetu rozmezí 5–20 hodin týdně a neshodují se ani v názoru, co znamená „normální použití internetu“ (Grohol, 1998 in Šmahel 2003).

Jedná se spíše o psychickou závislost, která se může pocitovat jako neodolatelná touha po činnostech na internetu. Dotyčný o žádné jiné činnosti neuvažuje a pokud s internetem nepracuje, mění se jeho nálada, není schopen se soustředit, dochází ke konfliktu s okolním světem, zhoršují se výsledky ve škole. Dává internetu přednost před jídlem, prací a podobnými činnostmi. Je velmi těžké nalézt objektivní hranici mezi jeho užíváním v rozumných mezích a určit, kdy už byla tato hranice překročena a jedná se o patologický jev.

Objektivně vzato však internet s sebou přináší i neskutečné množství kladů, které, jsou-li v rozumné míře využívány, usnadňují život jeho uživatelům. Nabízí aktuálně množství informací, které může pedagog i žák využít při vzdělávání, při řešení nastolených problémů a doplňování informací k probíranému tématu. Na internetu lze získat nejrůznější odborné materiály, studie, informace, s nimiž se dá pak dále pracovat.



## 2 ADOLESCENCE

Adolescence je ve vývoji člověka nesmírně závažné a složité období. Problémy dospívání provázejí vývoj lidské osobnosti od nepaměti. Se stejnými stavy a situacemi se setkává současný mladý člověk a tak to bude i v budoucnu. Jediným rozdílem je sociální a ekonomická úroveň společnosti, ve které adolescent dozrává, což svým způsobem ovlivňuje v různých aspektech i průběh tohoto procesu.

Pro dospívajícího mladého člověka je v tomto období značně složité porozumět všemu, co od něho dospělá společnost očekává, jak a kam se má zařadit, jak správně reagovat na otázky a podněty, jež se na něho hrnou ze všech stran.

Existuje celá řada studií od různých autorů věnovaných této problematice.

### 2.1 Všeobecná charakteristika adolescence

Časově lze období adolescence zařadit do věku od 15 do 20 až 22 let. Termín adolescence je odvozen z latinského slova *adolescere* (dorůstat, dospívat, mohutnět). Konec adolescence znamená vstup do dospělosti. Počátek je spojován s plnou reprodukční zralostí. Pro ukončení tohoto období biologická kritéria již takovou váhu nemají. Další důležitá kritéria jsou kritéria psychologická (dosažení osobní autonomie), sociologická (role dospělého), pedagogická (získání kvalifikace), ekonomická, zdravotní a kulturní. Adolescence je „most mezi dětstvím a dospělostí“. Má svoji sociální reprezentaci a subjektivní hodnotu – jednak pro ty, kterých se bezprostředně týká, ale i pro ty, kteří se tímto věkovým obdobím zabývají – vychovatele a pedagogy (Macek, 2003).

V počátcích tohoto období se musí mladí lidé přizpůsobit požadavkům nového prostředí – škole, na kterou nastoupili, většinou do neznámého kolektivu. Někteří bydlí na internátě, odloučení od pohodlí domova, musí si zvykat na jiné podmínky, režim, spolubydlící... V průběhu adolescence mladý člověk studuje, připravuje se na své budoucí povolání nebo na další studium na vysoké škole. Ke konci tohoto období by mělo dojít k psychickému dozrání osobnosti.

Adolescence má především psychosociální charakter, protože základní biologické změny proběhly již v pubertě. Podle Plevové (2006) sociální mezníky adolescence jsou:

- ukončení povinné školní docházky,

- první pohlavní styk,
- dovršení profesní přípravy (výjimku tvoří vysokoškoláci),
- právní dosažení plnoletosti (podle současného práva je u nás člověk dospělý v 18 letech).

Tělesný vývoj není již doprovázen žádnými výraznými změnami jako v předchozím období. Adolescent se potřebuje líbit, aby se ubezpečil o své hodnotě. Srovnává se s vrstevníky, porovnává svůj vzhled s přijímaným ideálem ve společnosti. Svůj vzhled může prožívat i nepříjemně (velký nos, velká nebo malá prsa, výška postavy, větší tělesná hmotnost aj.), to pak může poznamenat jeho sebevědomí ve výběru druhého pohlaví. Kult těla bývá v adolescenci významný právě pro svůj sociální význam. Citový život bývá dovršen pohlavním stykem. V oblasti poznávacích procesů se uvádí, že jejich inteligence dosahuje maxima. Chybí jim však dostatek zkušeností.

## 2.2 Vývoj osobnosti v adolescenci

Období dospívání a mládí patří k nejsložitějším stádiím ve vývoji jedince. Průběh dospívání je velmi závislý na specifických kulturních a společenských podmínkách, na hodnotách, tradicích společnosti, ve které žijí, i na stylu života v rodinném prostředí.

Adolescence je nejen důležitým obdobím v životě jednotlivce, ale má i společenskou hodnotu. Sociologové zdůrazňují různé společenské role dospívajícího.

Důležitou roli zde hraje sociální komunikace. V současné době lze zaznamenat fenomén nazývaný subkultura mládeže. Můžeme ji považovat také za určitý způsob komunikace s okolím. Mládež se snaží více specifikovat, odlišovat na jedné straně od nedávného dětství, na druhé straně pak od následné dospělosti. Patří sem celková úprava zevnějšku, specifická hudba, styl vyjadřování apod. Mladý člověk dává okolí najevo svou individualitu a jedinečnost.

Účes i oděv mohou posilovat pocit výjimečnosti ve vztahu k běžné konvenční či konzumní společnosti. Oděv může být prostředkem komunikace mezi vrstevníky, výrazovým prostředkem pro okolí. Obdobnou roli představuje hudba. Její specifická osobitá prezentace (koncerty, festivaly) tvoří zvláštní sociální prostředí pro seznamování a dává prostor pro vyjadřování emocí.

Podle Macka (2003) jsou příčiny, proč adolescenti používají specifické výrazové prostředky následující:

- Mnoho slov adolescentů jsou zkratkami jejich běžného chování a běžné zkušenosti. Při vyjadřování postojů k druhým lidem a jejich hodnocení mají tendenci používat specifické výrazy, kterým rozumí v rámci své komunity jen oni.
- Jejich zkušenosti a životní situace, do kterých se dostávají, mají často specifické označení. Svoji zkušenost považují často za unikátní, a proto se jim běžné vyjádření v jazyce zdá neadekvátní a příliš formální.
- Užívání slangu je určitým kritériem pro získávání statusu a prestiže ve vrstevnické skupině.
- Některá slova a specifická vyjádření fungují jako posilovače a zpevňovače skupinové či vrstevnické solidarity. Uslyší-li člověk „svůj slovník“ v neznámém prostředí, nalézá okamžitě svoji příslušnost k určité komunitě.
- Specifický slovník reprezentuje určitou hodnotovou orientaci a jeho užívání se stává podmínkou pro hodnocení vztahů a chování v konkrétních situacích.

Jedna z charakteristik adolescence je také dosažení plnoletosti, ta je chápána jako jeden ze sociálních mezníků dospělosti. Podle současného práva je člověk dospělý již v 18 letech a od tohoto věku plně odpovídá za své jednání.

Ve vývoji dospívajících působí řada rozporů a zdaleka nejde jen o biologické změny. Nastávají velké změny sociální, popřípadě sociálně psychické. Nápadná nezralost se u mnoha mladistvých projevuje zejména v postojích k práci, plnění úkolů a často také v malé zodpovědnosti za své jednání. Tato nezralost pak vede k emoční vypjatosti, názorové nejednotnosti a hodnotovému rozkolísání. Podle Blose (in Macek, 2003) je „bouře a vzdor“ normální a téměř nutný projev tohoto období. Souvisí to s otázkami vytváření vlastní identity a ujasnění vztahu k sobě. Identita jako hlavní téma adolescence se dnes spojuje s životem jednotlivce, jeho vztahem ke společnosti a kultuře ve které žije.

Pocit vlastní hodnoty souvisí s celkovým pozitivním sebehodnocením, s potřebami blízkých vztahů a potřebou sociálního schválení. Velkou roli v tomto období zaujímá zejména rodina.

Podle Meeus, Helen, Vollebergh, 1995 (in Smékal, Macek, 2002) se vliv vrstevníků v průběhu adolescence postupně zvyšuje, ale důležitost vztahů s rodiči neklesá. Vztah mezi rodiči a dospívajícími dětmi se však více specifikuje. Vrstevníci jsou důležití zejména pro oblast trávení volného času. Vztah s rodiči je i v adolescenci důležitý pro celkový pozitivní vztah, pro jistotu určitého zázemí. Pokud v rodině převládá pozitivní atmosféra, v níž dospívající může vyjadřovat své názory, je to nejlepší předpoklad k posilování oboustranné komunikace.

Vrstevnické vztahy utváří osobnost adolescenta. „*Plní tak funkci komunikační a interakční „arény“, v níž může dospívající testovat sám sebe*“ (Seltzer, 1989, in Smékal, Macek, 2002 s. 121). Ze zkušeností z těchto vztahů čerpají do dalšího života. Učí se adekvátně dávat a přijímat, ale i ztrácet, učí se nejrozumnější varianty chování a jednání, učí se hodnotám partnerských vztahů. Během procesu hledání sebe sama je mladý člověk provázen touhou po výjimečnosti. Touhou na jedné straně dokázat vyčnívat z davu a na druhé straně se někdy snaží úporně, za každou cenu, zapadnout do party. Pocit, že někam patří, někoho zajímá, někdo ho uznává, dává mladistvému prostor k ujasňování si vztahu k sobě samému a k okolí.

Jestliže se pak jejich představy neshodují se skutečností, dochází k frustraci, k frustrující izolovanosti a k nápadným výkyvům v chování, záškoláctví, lhaní a podobně. V horším případě pak hledání jiných východisek, kterými mohou být různé extremistické skupiny, sekty, alkohol a drogy.

„*Nepatřit do žádné vrstevnické skupiny je často pocíťováno jako sociální stigma*“ (Hamaček, 1980, in Smékal, Macek 2002 s. 120). Někdy tyto skupiny nahrazují rodičovskou podporu.

Dnešní dospívající se od generací předchozích odlišují především jinou osobní a sociální zkušeností, která odpovídá současné době. To, co bylo na počátku 90. let mladými lidmi oceňováno jako nové možnosti, k tomu přistupují současní adolescenti jako k samozřejmé realitě.

Adolescence vyjadřuje určitý životní styl a názory, které v zásadě současná společnost akceptuje. Typické charakteristiky adolescentů se stávají zajímavými a žádanými i pro jiné věkové skupiny. Také zejména díky působení masově sdělovacích prostředků si řada dětí přeje být co nejdříve „teenagery“ a naopak řada dospělých se „výhod“ dospívání nechce

vzdát. Řadí se sem určitá nezávaznost, svoboda, výjimečnost, možnost volby a oproštění se od stereotypů všednosti a každodennosti (Macek, 2003).

### 3 MÉDIA V ŽIVOTĚ MLÁDEŽE

Dnešní mladý člověk aktivně vstupuje do komunikačního procesu, vybírá si, prověřuje a někdy i s mediálními obsahy nesouhlasí. Aby toto vše mohl dělat, musí mít dostatečné vzdělání, musí disponovat časem, který s médii stráví a musí mít k médiím přístup.

Zvláště období dospívání mohou média dost výrazným způsobem ovlivnit nastavením „vzorců“ chování tolerovaných ve společnosti. Svou roli zde sehrává i čas, který mládež stráví s médii.

#### 3.1 Média ve volném čase

*„Média prostupují náš život na všech úrovních – od individuální po celospolečenskou, od místní po světovou – a všechna tato prostředí pomáhají spojovat. Jejich působení má však i odvrácenou stranu. Jednak přecenění diváckého a uživatelského přístupu na úkor vlastní aktivity a spoluúčasti, jednak propagaci násilí. Takto se vytvořila nová, svébytná a významná oblast zájmové činnosti, jejíž rozvoj lze předpokládat také pro budoucnost. Zasaahuje stále častěji každého, přitom však děti a mladí lidé na nabídku reagují odlišně (individualizace využívání médií)“ (Hofbauer, 2004, s. 129).*

Média jsou převážně vytvářena dospělými. Pro současnost je charakteristické rychlé šíření a všestranné využívání médií. Proto je tak důležitý hodnotový zřetel. Je velmi důležité, aby si tvůrci mediálních programů a pořadů byli vědomi v plné míře již zmiňovaných negativních vlivů, které mohou postihovat konzumenty jejich tvorby, buď okamžitě a nebo s jistým logickým časovým posunem.

Významnou problematiku tvoří „neopodstatněné“ využívání médií ve volném čase, kdy způsobuje částečnou nebo dokonce úplnou absenci činností kompenzačních (sport, umění apod.). Východiskem pro výchovné působení v této oblasti jsou empirické výzkumy zabývající se časovými nároky, obsahovými prioritami a využíváním médií různými skupinami mladých lidí ve volném čase.

Volný čas je doba na zotavení. Tento čas nelze celý trávit před obrazovkou nebo reproduktorem na úkor času vhodně prožitého při regeneraci organismu a s přihlédnutím k zdravotním hlediskům obecně. Zde asi bude docházet k názorovým střetům mezi vychovateli a rodiči na jedné straně a tvůrci a distributory médií na straně druhé.

### 3.2 Vliv médií

Schopnost zapojit se úspěšně a samostatně do mediální komunikace bývá jednou z podmínek socializace jedince ve společnosti. Vliv médií je obrovský a neustále se zvyšuje i tím, jak média prostupují životem celé společnosti. Při studiu konkrétních vlivů je třeba si neustále uvědomovat, že vždy působí v nějaké době, čase, kultuře, v politickém kontextu a v nějaké konkrétní situaci. Izolovat vliv médií od školy, rodiny, soukromého života a veřejnosti je po praktické stránce nereálné, a proto nemožné.

Podle Jiráka (Jiráka, Köplová, 2003) vlivem často označujeme dlouhodobější, trvalejší působení médií, a to působení jak nabízených obsahů, tak samé existence medií. Vliv odkazuje častěji ke specifické reakci na určité typy nabízených obsahů. Účinnost můžeme posoudit např. z chování publika, tedy spotřebitelů na konzumaci vlastního mediálního sdělení. Mezi toto sdělení a pozorovaný účinek vstupuje řada faktorů, které není možné spolehlivě eliminovat – příjemce sdělení není „tabula rasa“, ale vstupuje do interakce s médiem, poznamenán předchozí zkušeností, očekáváním. Navíc způsob, jak se sdělením naloží, není předem dán.

Představy o působení médií se mění historicky i v jednotlivých kulturách. Snaha regulovat veřejné mínění je velmi starého data. I Sokrates byl kdysi odsouzen za to, že jeho názory kazí mládež a od vynálezu knihtisku v polovině 15. století se v nejrůznějších podobách neustále objevují úvahy o tom, jaké negativní účinky mohou mít myšlenky obsažené v knihách na své čtenáře.

Nabídka masových médií vyplňuje velkou část volného času hlavně dětí a mládeže. Tím je, jak již bylo zmíněno, blokována jejich šance věnovat se čemukoliv jinému a svým způsobem brzdí všechny další aktivity. Zřejmá je v tomto směru také povinnost pedagogů tato fakta vážně sledovat, i když působení médií ve volném čase je právě tím, na co má pedagog jen nepřímý vliv (Spousta, 1996).

### 3.3 Média v procesu vzdělávání a výchovy

V souvislosti s tématem se nabízí otázka: Mohou se masová média podílet na výchově a vzdělávání?

Masová komunikační média se stávají v současnosti jedním z významných činitelů výchovy dětí a mládeže. Ve srovnání s tradičními prostředky mají díky moderní technice široký

rozsah působnosti. A hlavně jsou mezi žáky populární. Zde lze konstatovat, že pedagogický problém nebude ve většině případů v technickém zacházení a ovládnutí medií, ale spíše ve zprostředkování a významu mediálního působení. Základním předpokladem užívání medií je schopnost rozumět sdělovanému obsahu. a to předpokládá určitý stupeň vzdělání, respektive gramotnosti ve vztahu k médiím.

Pojem mediální gramotnost je v současné době aktuální, setkáváme se s ním velmi často, avšak musíme si uvědomit, že se nejedná o žádný nový fenomén. Mediální gramotnost tu byla samozřejmě i v minulosti. Pouze se určitým způsobem změnil obsah tohoto pojmu ve vztahu k mediální úrovni, způsobu šíření informací a technickému pokroku vůbec. Základ zůstává stejný. V podstatě se jedná o schopnosti jedince adekvátně přijímat, zpracovávat a hodnotit informace, znát působení sdělovacích prostředků a nebýt jimi manipulován. Dokázat vyznat se v této problematice by mělo patřit k základním požadavkům na vzdělání, stejně jako osvojení si psaní a čtení.

V souvislosti s médii je nutno si zodpovídat i na otázku, jak se bude v budoucnu vyvíjet vztah mezi způsobem učení prostřednictvím medií oproti tradičnímu školnímu vzdělávání. Jak se změní role učitele? Jaké změny vyvolává moderní technika v poznávacích procesech učení podporovaných médii? Na tyto otázky stále nelze jednoznačně odpovědět.

V knize *Člověk a vzdělání* autor uvádí: „*Nejde totiž o získávání informací a poznatků, ale o reflektovaný postoj k nim, uvažování, jež nabývá osobnostních kvalit. Expanze vlivu medií posílila některé obavy, že by svět mohl být v důsledku toho technicky dehumanizován, že by projevy lidské rozmanitosti mohly být ohrožovány standardizujícím působením medií na chování člověka uniformitou*“ (Sak, 2007, s. 114).

Vychovatelé a pedagogové kritizují média za jejich negativní vliv, který mají zejména na mladou generaci v souvislosti s utvářením názoru na kulturu obecně, v detailu pak na vkus, estetické cítění, etiku v mezilidských vztazích apod. Kromě těchto vyjmenovaných oblastí sem můžeme bez váhání zařadit i určitý vliv na přístup mladého člověka k tomu, jakým způsobem se staví ke studiu a k získávání nových informací, kolik času je ochoten a jak intenzivně se věnovat této činnosti. Pozitivním úkolem medií v oblasti vzdělávání by mělo být prioritní řešení této problematiky, aby se tak staly rádcem a pomocníkem při hledání co nejefektivnější cesty za vzděláním.



Využívání médií má ale v procesu edukace i zásadní pozitivní význam. Pomáhá zkvalitnit a metodicky zmodernizovat výuku. Na jedné straně může představovat atraktivní přístup k poznatkům a dovednostem, které byly v minulosti těžko dostupné, na straně druhé je však nutné u žáků rozvíjet kritický vztah k informacím médií zprostředkovanými. Důležitá je rovněž orientace v jejich ohromném množství a osvojení si systému, jak je třídit, strukturovat a efektivně si utvářet vlastní úsudek nutný pro práci s nimi.

Pouze jedinec sám má možnost regulovat a optimalizovat svůj čas strávený s médii. Jak to má vypadat v praxi, mu neporadí žádný badatel se svou kritickou analýzou mediální kultury. Pomoci mu může jen pedagog (učitel, rodič, vychovatel) disponující širokou škálou výchovně vzdělávacích prostředků. Otázkou pouze zůstává, jak a kdy lze toto učinit. S médii musíme ve výchově a vzdělávání počítat jako s významným faktorem. Pedagogika je nemůže přehlížet a podceňovat, ale naopak musí je začleňovat do komplexního výchovně-vzdělávacího procesu. Technická vyspělost, bezprostřední názornost i emotivní sugestivnost činí pro pedagogy z hromadných sdělovacích prostředků velmi účinný nástroj výchovy a vzdělávání (Jůva, 1999).

### **3.4 Média a sociální chování mládeže**

Hledání vztahů mezi působením médií a činy jednotlivce tvoří jádro různých výzkumů i prosté lidské zvědavosti. Přístup jednotlivce k práci s médii a jejich využívání ovlivňuje mnoho aspektů. Může to být například věk nebo sociální zázemí. Jiný vztah k médiím má patnáctiletý chlapec, jiný osmnáctiletá dívka. Jiné zájmy lze předpokládat u jednotlivce pocházejícího z vesnice a jiný přístup budeme očekávat u teenagera z velkoměsta.

Skupinu teenagerů stmeluje její většinou záměrně chtěná odlišnost od ostatních vrstevníků nebo většinové populace. Může se jednat o oblast společných zájmů, oblékání, účesů nebo jiných, nejlépe na první pohled zřejmých odlišností. Aby mohl mladý člověk patřit do tohoto společenství spolu s ostatními a mohl s nimi sdílet informace a společné činnosti, nemůže se od skupiny odlišovat a být izolovaný. Takovéto začlenění může od jednotlivce vyžadovat určité množství znalostí, dovedností a vlastností podřízených fungování kolektivu. V opačném případě je vyloučen nebo mohou nastat nežádoucí jevy, které někdy provázejí chování v těchto skupinách, jako je agrese, šikana apod.

Chceme-li předvídat účinky médií na skupinovou identitu, musíme vzít v úvahu, kdo s kým sdílí určité informace, co je v médiích prezentováno a jaký je přístup jedinců ke komunikačním médiím.

### 3.4.1 Agresivita v médiích

Téma zobrazovaného a reálného násilí sice není předmětem tohoto výzkumu, ale v souvislosti s působením médií ho nelze nezmínit.

Mnohá média nabízejí stále nové agresivnější scény plné brutality a krve. Mladý divák vyžaduje stále větší dávkování smyslových senzací, jejichž dodavatelem jsou opět média. Pokud se mu jich nedostává, vytváří si tyto situace sám, případně si je i zpracovává. Příkladem může být šikana na internetu, lovy drastických záběrů nebo inscenování scén, natáčení učitelů, spolužáků při různých situacích. Otevřením stránek [www.youtube.com](http://www.youtube.com) lze nahlédnout do zábavy mladých lidí, většinou se snaží vyrovnat tvůrcům pořadů a snaží se do klipů zařazovat různé násilnosti a nebezpečné situace. Mnohdy nelze rozpoznat, zda se jedná o fikci nebo realitu. Takto zobrazované násilí napomáhá k citové otupělosti a posouvá hranice lidské emocionality.

Odborné názory na tuto problematiku se ovšem bohužel také pohybují na poměrně širokém rozsahu – od přeceňování zlobného vlivu médií a nepodložené generalizace až po dokazování blahodárného vlivu některých pořadů a tvrzení, že negativní vliv médií je sice neustále proklamován, ale nikdy nebyl potvrzen (Suchý, 2007).

Vztah mezi násilím v médiích a skutečnou agresí sice není úměrný a dotváří ho celá řada faktorů, ale jeho existenci nelze přehlížet zejména v pořadech a programech určených pro nejmenší a mladistvé. Je reálný předpoklad, že existuje souvislost mezi násilím prezentovaným médii a agresivitou mladistvých, a to zejména v rizikových skupinách (přejímání špatných vzorů chování). Mimořádně nebezpečný vliv sdělovacích prostředků lze pozorovat především ve „zlehčování násilí“, které je stále více obsaženo v programech určených i malým dětem a mládeži obecně. Dokonce kreslené pohádky ze současné produkce, až na malé výjimky, nemají šanci dostat se k divákovi, pokud nejsou dostatečně akční. Velkou sledovaností se pyšní televizní reality show, kde se vyskytuje násilné a agresivní chování mladistvých, které pak jejich vrstevníci považují za jev zcela normální a podle toho se také chovají.

Je zcela zřejmé, že média nabízejí násilných scén čím dál více a jejich inscenování je stále podrobnější a názornější. Televizní stanice pak zařazují tyto pořady do kterékoliv vysílací doby a rovněž na internetu je lze kdykoliv stáhnout. Větší preciznost v zobrazování brutality a násilnických scén dokazuje, že společnost se stává okoralejší na základě předchozích mediálních zážitků a tvůrci nebo zprostředkovatelé těchto pořadů jsou přesvědčeni, že v zájmu vyšší sledovanosti je třeba přitvrdit. Smutnou pravdou je, že mládež v takovémto prostředí vyrůstá a bez vlastních zkušeností mechanicky přijímá, co jí takto média předkládají.

### 3.4.2 Reklama a její vliv

Dalším prvkem neodmyslitelně spjatým s médii je fenomén reklamy. Média jsou stále více ovládána prostřednictvím reklamy, neboť představuje silné propojení mezi médii a financemi. Reklama je mnohdy vnímána spíše jako součást marketingové strategie. Bývá však také předmětem analýzy psychologů, sociologů a psychoanalytiků. Reklama velmi promyšleně pracuje s city a emocemi čtenářů, posluchačů a diváků.

Tento druh informace mnohem více spoléhá na vyjádření, než na komunikaci. Zasahuje nejenom dospělou populaci, ale útočí i na velmi citlivou skupinu, a to jsou děti a mládež, ze všech stran. Snaží se proniknout stále více do jejich světa, protože si uvědomuje, že tam se formují spotřebitelské návyky budoucích klientů a konzumentů. Reklama, která se valí z televizní i počítačové obrazovky, z rádia, z tisku, billboardů, nemusí jen propagovat konkrétní výrobky, ale je „reklamou“ na konzumní způsob života. Představuje zde „dokonalost“ života – „oblékám si toto značkové zboží, používám tyto výrobky“, tím se zařazuji mezi určitou skupinu spotřebitelů. Styl konzumního života je charakteristický právě okázalostí, leskem, rychlým životním tempem, fenoménem spotřeby na úkor mezilidských vztahů. V případě mládeže je to také určité diktování módních trendů, propagování určitých značek, životního stylu a mnohdy i propagace kouření a alkoholu po vzoru dospělých.

Reklama je škodlivá i tím, že často nerespektuje etické zásady a normy a vytváří nové agresivní modely chování.

Reklama však může působit i pozitivně, může upozorňovat na společenské problémy (anorexie, bezpečnost na silnicích „nemyslíš – zaplatíš“ apod.). Tento druh reklamního sdělení je však zastoupen pouze v malém procentu.

Marshal McLuhan (in Šiler, 2002), známý sociolog, uvádí boj proti reklamě jako dost těžký zápas, protože na straně reklamních manažerů do hry vstupuje obrovský potenciál lidského intelektu, umu a kreativity. Tento potenciál útočí na naše nevědomí, emoce a pudy.

Reklama patří mezi mediální produkty, které masově ovlivňují spotřebitele a určitě by si zasloužila samostatný podrobnější průzkum a zamyšlení.

## **II. PRAKTICKÁ ČÁST**

## 4 ZÁKLADNÍ CHARAKTERISTIKY VÝZKUMNÉ ČÁSTI PRÁCE

### 4.1 Cíle výzkumné části práce

Hlavním cílem práce je zjistit, do jaké míry žáci média využívají, která nejvíce preferují, kolik jim věnují času a jaký k nim mají vztah. Dílčím cílem je získat informace o tom, jestli využívají média k rozvoji svého odborného růstu a zamyslet se nad psychickým vývojem adolescentů, nad komerčními vlivy médií a stupněm využívání těchto moderních komunikačních prostředků v návaznosti na věk mladých uživatelů.

### 4.2 Výzkumný problém

Podstatou výzkumného problému je zjistit, jaký vztah mají žáci k médiím, kolik času jim věnují a která média považují za prvořadé.

Ve vlastním výzkumu jsou výzkumné problémy rozvedeny těmito otázkami:

1. Kolik času věnují žáci jednotlivým druhům médií?
2. Mají žáci snahu využívat média pro své další vzdělávání?
3. Přiznávají žáci, že je média ovlivňují?
4. V jaké míře a k jakým účelům využívají žáci internet?

### 4.3 Volba a zdůvodnění použitých technik a metod

Na základě velikosti výzkumného vzorku respondentů je zvolena metoda kvantitativního výzkumu. Forma dotazníku je zvolena proto, že v krátké době umožňuje oslovit větší počet respondentů. Položky dotazníku jsou zaměřeny do třech zkoumaných oblastí. Dotazník obsahuje položky otevřené (respondent odpověď vytvoří), uzavřené (respondent odpovědi vybírá a seřazuje) a polouzavřené (v případě, že respondentovi nevyhovuje žádná odpověď, vytvoří svou vlastní).

Dotazník má celkem 17 položek volených tak, aby byly žákům co nejvíce srozumitelné. Pro ověření správnosti všech položek byl dotazník nejprve předložen menšímu vzorku žáků.

#### 4.4 Stanovení výzkumného vzorku

Výzkumným vzorkem jsou všichni žáci (1.– 4. ročník) studijního oboru Reprodukční grafika pro média. Výzkum byl realizován na Střední průmyslové škole polytechnické – Centru odborné přípravy Zlín. Výzkumný soubor tvoří celkem 91 dotazovaných. Z toho je 25 žáků prvního ročníku, 22 žáků druhého ročníku, 26 žáků třetího ročníku a 18 žáků čtvrtého ročníku. Z tohoto celkového množství bylo 58 dívek a 33 chlapců.

Dotazníky byly rozdány jednotlivým skupinám v hodinách praktické výuky. Zároveň bylo žákům vysvětleno, k jakým účelům dotazník slouží a co je cílem tohoto výzkumu. Žákům bylo zdůrazněno, že dotazník je anonymní a že údaje v něm obsažené nebudou zveřejňovány. Návratnost dotazníku byla 100 %. Čas na vyplnění dotazníku nepřekročil 25 minut.

Veškeré výsledky zjištěné tímto výzkumem se vztahují jen na tento soubor. Ověřování výstupu proběhlo odbornými pohovory s ostatními kolegy, kteří vyučují tyto žáky.

#### 4.5 Metody zpracování dat

Získaná data byla tříděna a analyzována. Analýzy dat byly zaměřeny na četnosti, průměry a procentuální zastoupení. Četnosti i průměry byly tříděny podle jednotlivých ročníků, podle pohlaví a byly porovnávány s celkem. Jedna z otázek byla hodnocena přidělením bodové hodnoty.

Výsledky šetření jsou zpracovány do tabulek a grafů. Z jednotlivých zvolených grafů a tabulek jsou vyvozovány závěry.

## 5 VÝSLEDKY VÝZKUMU

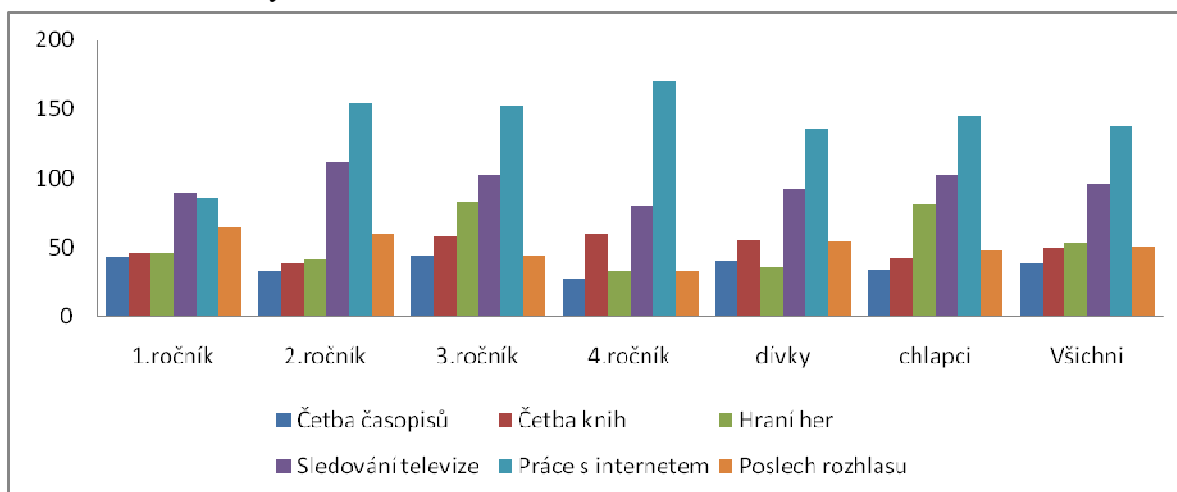
### 5.1 Interpretace výsledků výzkumu

Celkem bylo vyhodnoceno 17 otázek dotazníku, které mají souvislost s výzkumným problémem a výzkumnými otázkami. Dotazník vyplnilo 91 žáků. Z toho bylo 58 dívek a 33 chlapců.

Údaje v tabulkách: u grafu 1 a v tabulce 2 je pracováno s časovými údaji, v ostatních tabulkách jsou zaznamenány, není-li uvedeno jinak, počty odpovědí žáků.

#### 1. Čas věnovaný mediálním aktivitám

Graf 1: Čas věnovaný mediálním aktivitám v minutách



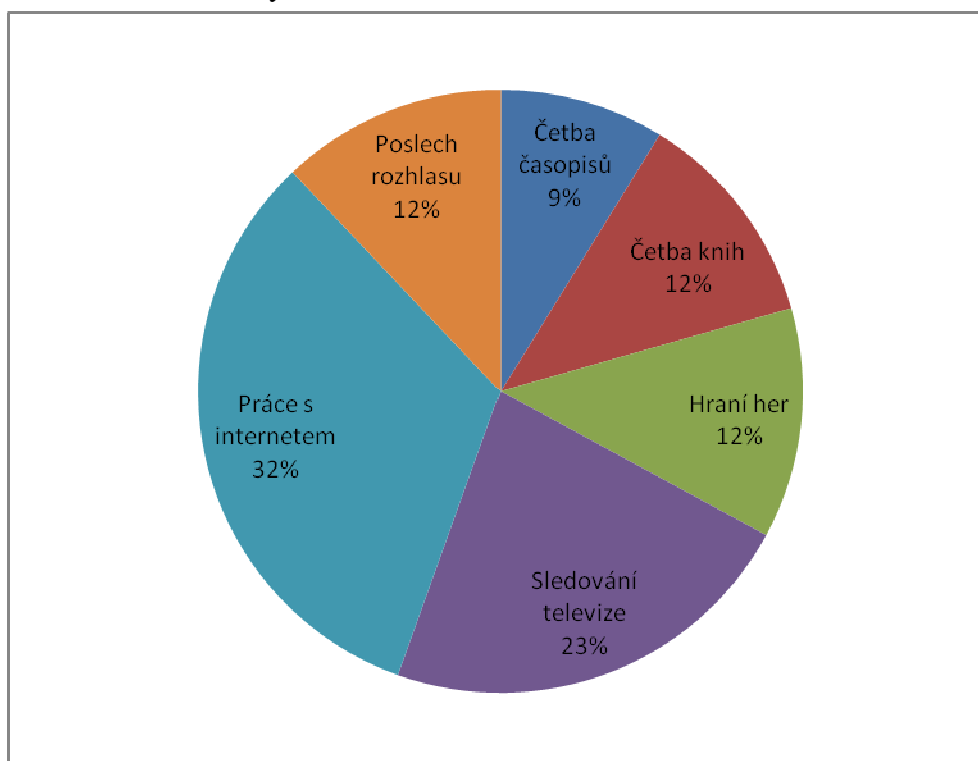
Tabulka 1: Čas věnovaný mediálním aktivitám

Průměr v minutách	1. ročník	2. ročník	3. ročník	4. ročník	dívky	chlapci	všichni	%
Četba časopisů	43	33	44	27	40	34	38	9
Četba knih	46	38	58	60	55	42	50	12
Hraní her – PC	46	41	83	33	36	81	53	12
Sledování televize	89	112	102	80	93	102	96	23
Práce s internetem	86	155	152	170	135	145	138	32
Poslech rozhlasu	65	60	44	33	54	48	51	12
Celkem	375	439	483	403	413	452	426	100



U otázky – *Kolik času průměrně denně věnuješ ve svém volném čase následujícím aktivitám – četbě časopisů a novin, četbě knih, hraní počítačových her, sledování televize, práci s internetem, poslechu rozhlasu?* – vyšel průměrný čas na žáka denně při četbě časopisů 38 minut, při četbě knih 50 minut, při hraní her na počítači 53 minut, při sledování televize 96 minut, při práci s internetem 138 minut a při poslechu rozhlasu 51 minut. Výsledný celkový průměrný čas, který žák stráví se všemi zmíněnými médii je 426 minut. Rozdíly jsou patrné mezi žáky jednotlivých ročníků. U žáka prvního ročníku je celkový průměrný čas strávený s médii 375 minut, u žáka třetího ročníku 483 minut. Práce s internetem žákovi prvního ročníku zabírá průměrně 86 minut, žákovi čtvrtého ročníku 170 minut. Čas strávený hraním počítačových her je nejvyšší u žáka třetího ročníku, a to 83 minut.

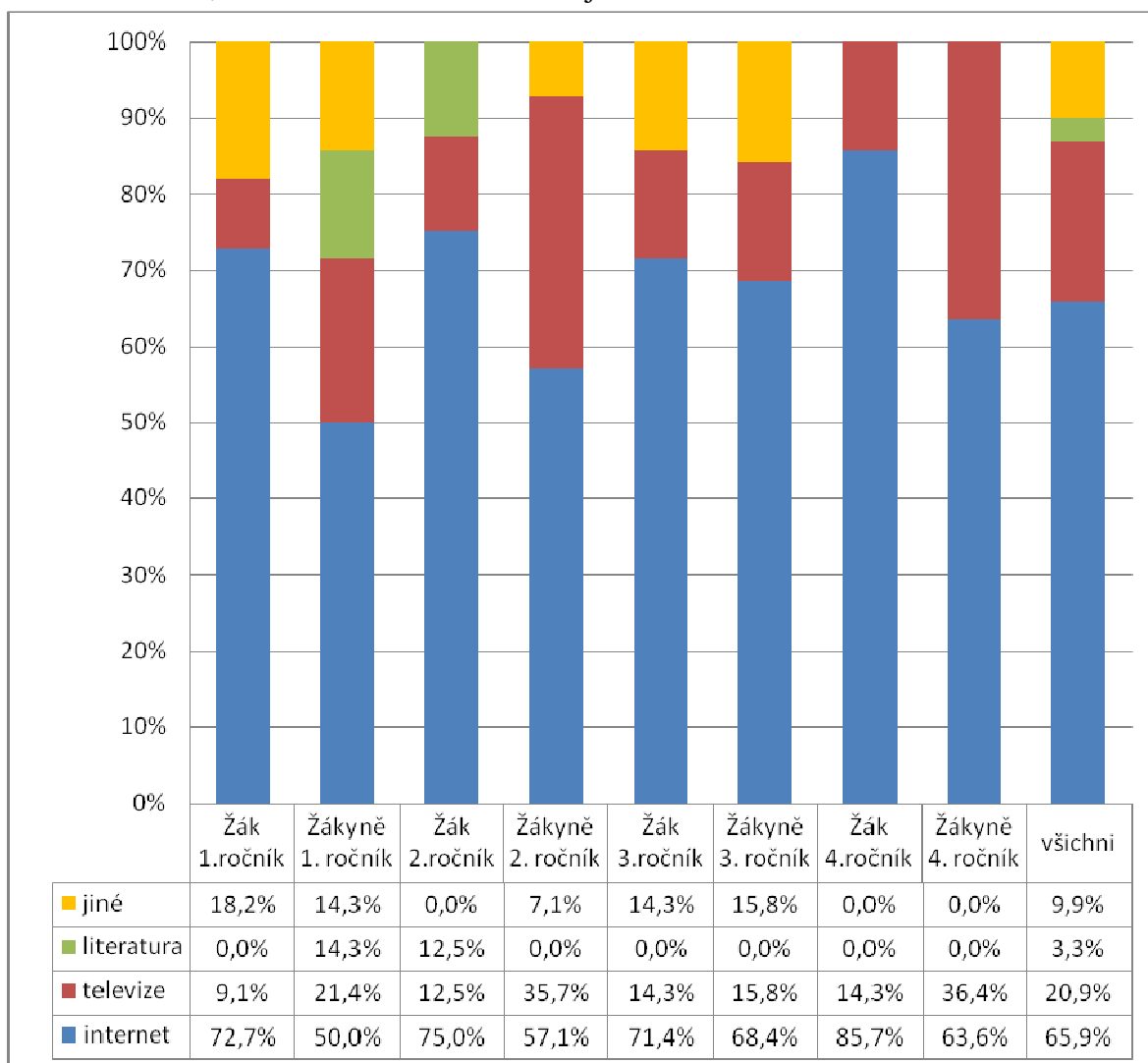
Graf 2: Čas věnovaný mediálními aktivitám



V grafu 2 je vyjádřen procentuelně čas strávený s jednotlivými médii. Četba časopisů zaujímá 9 %, četba knih, poslech rozhlasu a hraní her 12 %, sledování televize 23 % a práce s internetem 32 %.

## 2. Médium, u kterého tráví žáci denně nejvíce času

Graf 3: Médium, u kterého tráví žáci denně nejvíce času



Tabulka 2: Médium, u kterého žáci tráví nejvíce času

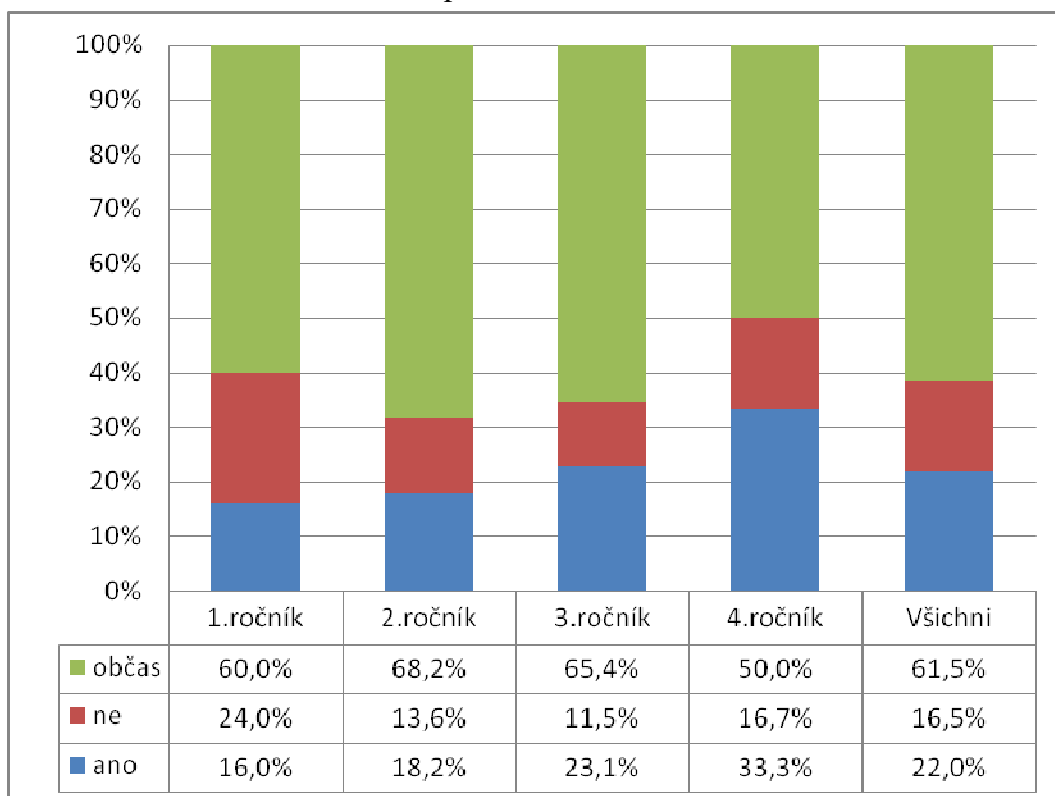
Druh média	Žák 1. ročník	Žákyně 1. ročník	Žák 2. ročník	Žákyně 2. ročník	Žák 3. ročník	Žákyně 3. ročník	Žák 4. ročník	Žákyně 4. ročník	Všichni
internet	8	7	6	8	5	13	6	7	60
televize	1	3	1	5	1	3	1	4	19
literatura	0	2	1	0	0	0	0	0	3
jiné	2	2	0	1	1	3	0	0	9

Otázka – *Vyber médium, u kterého strávíš denně nejvíce času* – ukázala, že 65,9 % žáků stráví denně nejvíce času u internetu, 20,9 % žáků u televize a 3,3 % žáků čtením literatu-

ry. 9,9 % žáků uvádí jako jiné médium většinou různé hudební přehrávače. V podstatě se potvrdila odpověď na první otázku, kde vyšlo pořadí odpovědí – internet, televize, literatura. 85,7 % žáků čtvrtého ročníku uvedlo, že stráví denně na internetu nejvíce času.

### 3. Sledovanost vzdělávacích pořadů v televizi

Graf 4: Sledovanost vzdělávacích pořadů v televizi



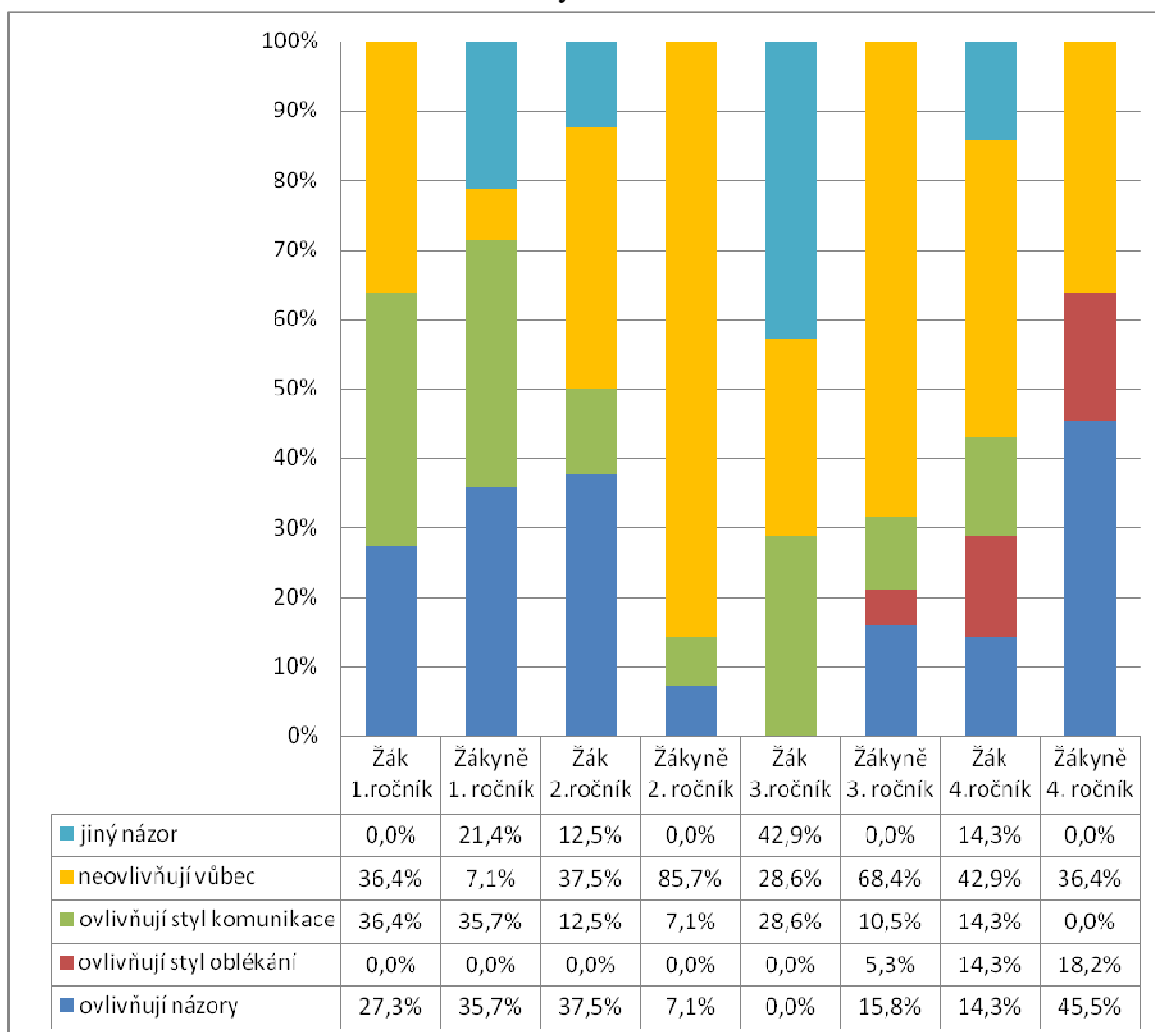
Tabulka 3: Sledovanost vzdělávacích pořadů v televizi

Odpověď	1. ročník	2. ročník	3. ročník	4. ročník	Všichni
ano	4	4	6	6	20
ne	6	3	3	3	15
občas	15	15	17	9	56

Na otázku – *Sleduješ v televizi vzdělávací pořady?* – odpovědělo 22 % všech žáků kladně. 61,5 % žáků odpovědělo, že pořady sleduje jen občas a 16,5 % žáků uvádí, že vzdělávací pořady nesleduje vůbec. Žáci čtvrtého ročníku věnují pozornost více vzdělávacím pořadům než žáci prvního ročníku.

#### 4. Hodnocení vlivu médií

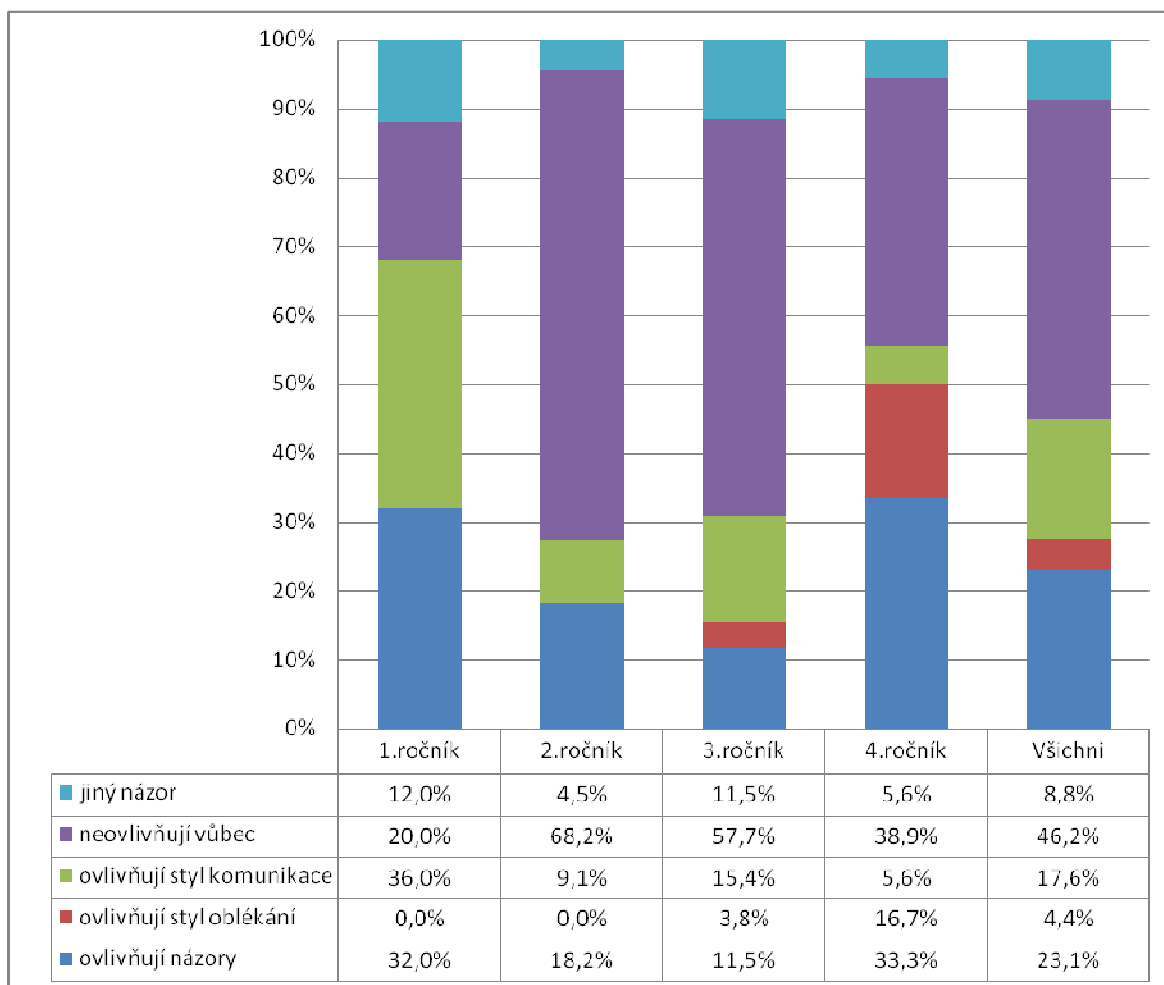
Graf 5: Hodnocení vlivu médií – žáci a žákyně



Tabulka 4: Hodnocení vlivu médií – žáci a žákyně

Odpověď	Žák 1. ročník	Žákyně 1. ročník	Žák 2. ročník	Žákyně 2. ročník	Žák 3. ročník	Žákyně 3. ročník	Žák 4. ročník	Žákyně 4. ročník
ovlivňují názory	3	5	3	1	0	3	1	5
ovlivňují styl oblékání	0	0	0	0	0	1	1	2
ovlivňují styl komunikace	4	5	1	1	2	2	1	0
neovlivňují vůbec	4	1	3	12	2	13	3	4
jiný názor	0	3	1	0	3	0	1	0

Graf 6: Hodnocení vlivu médií – všichni



Tabulka 5: Hodnocení vlivu médií – všichni

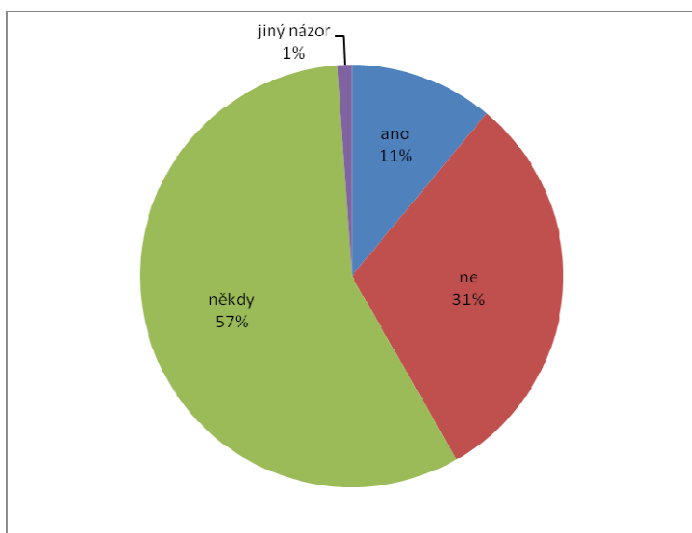
Odpověď	1. ročník	2. ročník	3. ročník	4. ročník	Všichni
ovlivňují názory	8	4	3	6	21
ovlivňují styl oblékání	0	0	1	3	4
ovlivňují styl komunikace	9	2	4	1	16
neovlivňují vůbec	5	15	15	7	42
jiný názor	3	1	3	1	8

Otázka – *Myslíš si, že média ovlivňují tvůj životní styl?* – je spíše subjektivní. Na tuto otázku není jednoznačná odpověď a jde spíš o individuální pocit, než o tvrzení. 46,2 % všech žáků si myslí, že je média neovlivňují vůbec. Ostatní žáci si přiznávají určitý vliv

médií – z toho 17,6 % se cítí být ovlivňováno v oblasti komunikace, 23,1 % si myslí, že média ovlivňují jejich názory a 4,4 % je ovlivněno stylem oblékání.

## 5. Ovlivnění reklamou

Graf 7: Ovlivnění reklamou



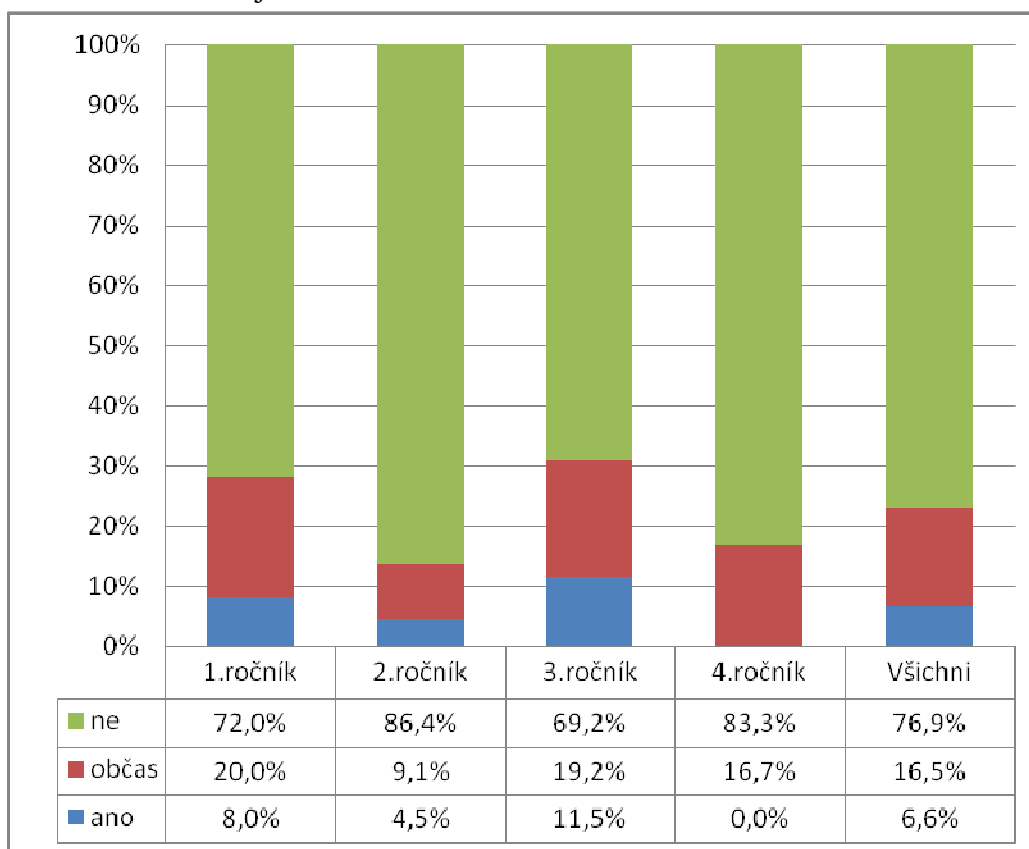
Tabulka 6: Ovlivnění reklamou

Druh	Žák 1.ročník	Žákyně 1. ročník	Žák 2.ročník	Žákyně 2. ročník	Žák 3.ročník	Žákyně 3. ročník	Žák 4.ročník	Žákyně 4. ročník	Všichni
ano	2	2	1	1	1	2	1	0	10
ne	1	1	5	3	5	5	5	3	28
někdy	8	11	2	10	1	12	1	7	52
jiný názor	0	0	0	0	0	0	0	1	1

Otázka – *Ovlivňuje tě a působí na tebe reklama?* – byla vyhodnocena z celkového počtu žáků. 11 % žáků si myslí, že jsou ovlivňováni reklamou, 31 % žáků se domnívá, že na ně reklama vůbec nepůsobí, 57 % žáků si myslí, že jsou reklamou ovlivňováni jen někdy.

## 6. Omezení zájmů kvůli internetu

Graf 8: Omezení zájmů kvůli internetu



Tabuka 7: Omezení zájmů kvůli internetu

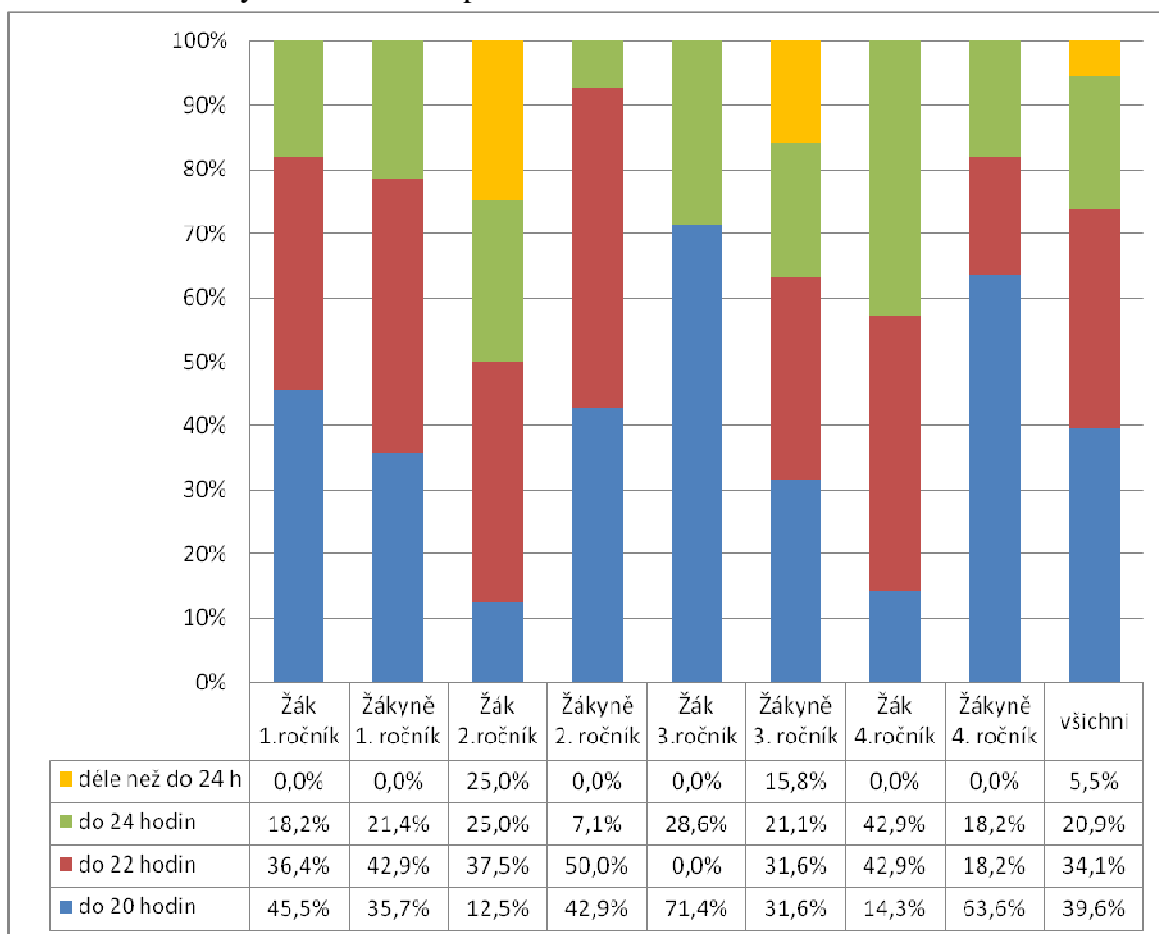
Odpověď	1. ročník	2. ročník	3. ročník	4. ročník	Všichni
ano	2	1	3	0	6
občas	5	2	5	3	15
ne	18	19	18	15	70

Otázka – *Omezil/a jsi kvůli internetu některé své zájmy – sportovní, kulturní, rekreační?*

– 76,9 % žáků uvádí, že své zájmy neomezili, 16,5 % žáků své zájmy omezili jen občas. 6,6 % žáků přiznává, že své zájmy omezili. V porovnání mezi třídami žáci třetího ročníku omezili své zájmy nejvíce.

## 7. Čas trávený na internetu do pozdních nočních hodin

Graf 9: Čas trávený na internetu do pozdních nočních hodin



Tabulka 8: Čas trávený na internetu do pozdních nočních hodin

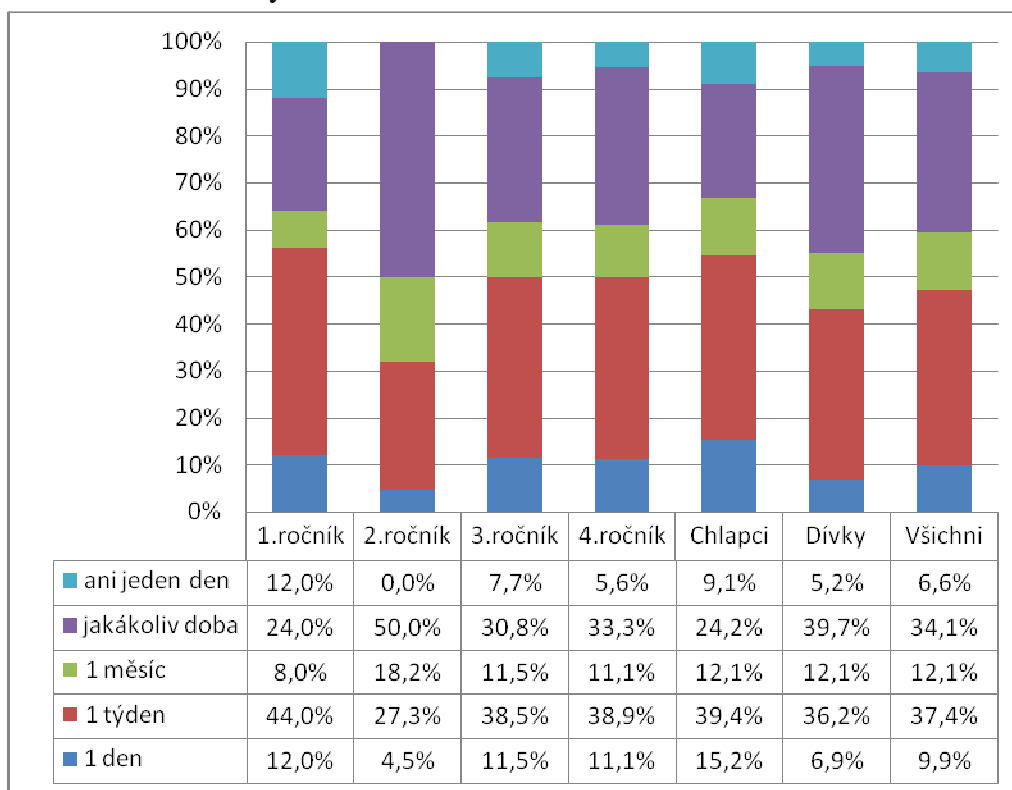
Odpověď	Žák 1. ročník	Žákyně 1. ročník	Žák 2. ročník	Žákyně 2. ročník	Žák 3. ročník	Žákyně 3. ročník	Žák 4. ročník	Žákyně 4. ročník	Všichni
do 20 hodin	5	5	1	6	5	6	1	7	36
do 22 hodin	4	6	3	7	0	6	3	2	31
do 24 hodin	2	3	2	1	2	4	3	2	19
déle než do 24 h	0	0	2	0	0	3	0	0	5

Na otázku – *Trávíš čas na internetu do pozdních nočních hodin a do kolika?* – 39,6% žáků odpovědělo, že tráví čas na internetu do 20 hodin, 34,1 % žáků uvádí čas do 22 hodin, 20,9 % uvádí čas do 24 hodin, 5,5 % žáků tráví na internetu déle jak do 24 hodin. Nejdříve ukončují svou práci na internetu žáci třetího ročníku.



## 8. Čas strávený bez internetu

Graf 10: Čas strávený bez internetu



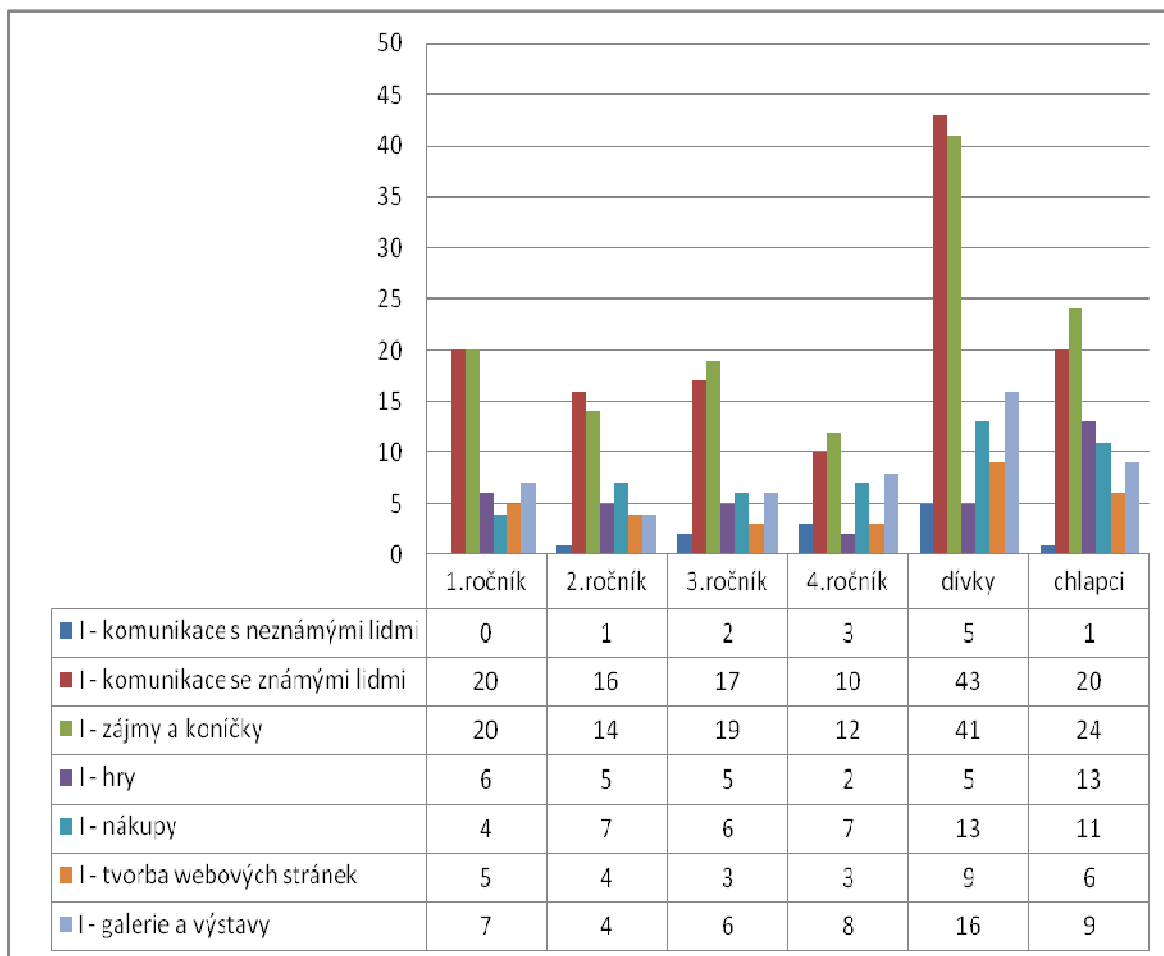
Tabulka 9: Čas strávený bez internetu

Druh	1. ročník	2. ročník	3. ročník	4. ročník	Chlapci	Dívky	Všichni
1 den	3	1	3	2	5	4	9
1 týden	11	6	10	7	13	21	34
1 měsíc	2	4	3	2	4	7	11
jakákoliv doba	6	11	8	6	8	23	31
ani jeden den	3	0	2	1	3	3	6

Na otázku – *Dovedeš si představit dobu, po kterou bys byl/a bez internetu?* – 6,6 % žáků uvedlo, že nevydrží bez internetu ani jeden den. 9,9 % žáků vydrží bez internetu jeden den, 37,4 % žáků vydrží jeden týden, 12,1 % žáků vydrží jeden měsíc, 34,1 % žáků vydrží bez internetu neomezeně dlouhou dobu. Porovnání mezi třídami: v prvním ročníku uvedlo 12 % žáků, že nevydrží bez internetu ani jeden den. Ve druhém ročníku se bez internetu obejdou všichni. Ve třetím ročníku se 7,7 % žáků a ve čtvrtém ročníku 5,6 % žáků neobejde bez internetu ani jeden den.

## 9. Přitažlivost internetu

Graf 11: Přitažlivost internetu

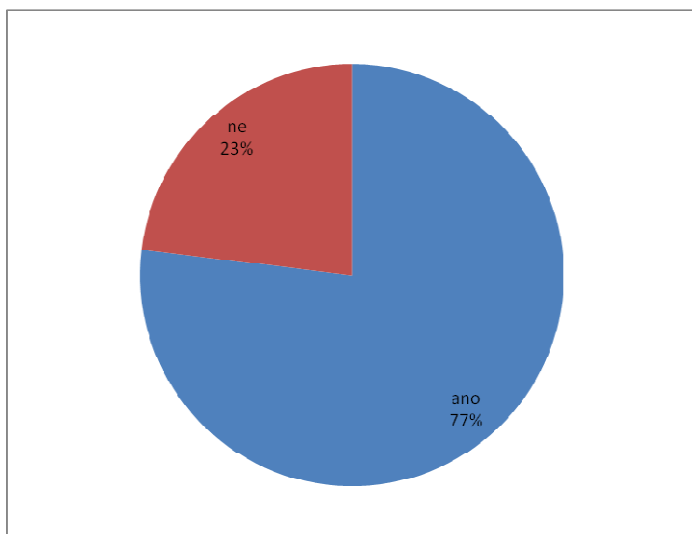


Na otázku – *Co tě nejvíc přitahuje na internetu?* – odpovídá graf 11, ve kterém jsou znamenány počty odpovědí. Z dotazníku se vybraly pouze odpovědi ano.

Oblíbené oblasti na internetu lze roztřídit do několika kategorií. Zájmy a koníčky převažují, téměř na stejné úrovni je komunikace se známými lidmi. Nákupy a galerie jsou na druhém místě, hry a webové stránky na místě třetím. Dívky se více než chlapci zajímají o kulturu. Také je více zajímají nákupy. U chlapců převažují koníčky a zájmy, komunikace se známými lidmi.

## 10. Závislost na internetu

Graf 12: Závislost na internetu



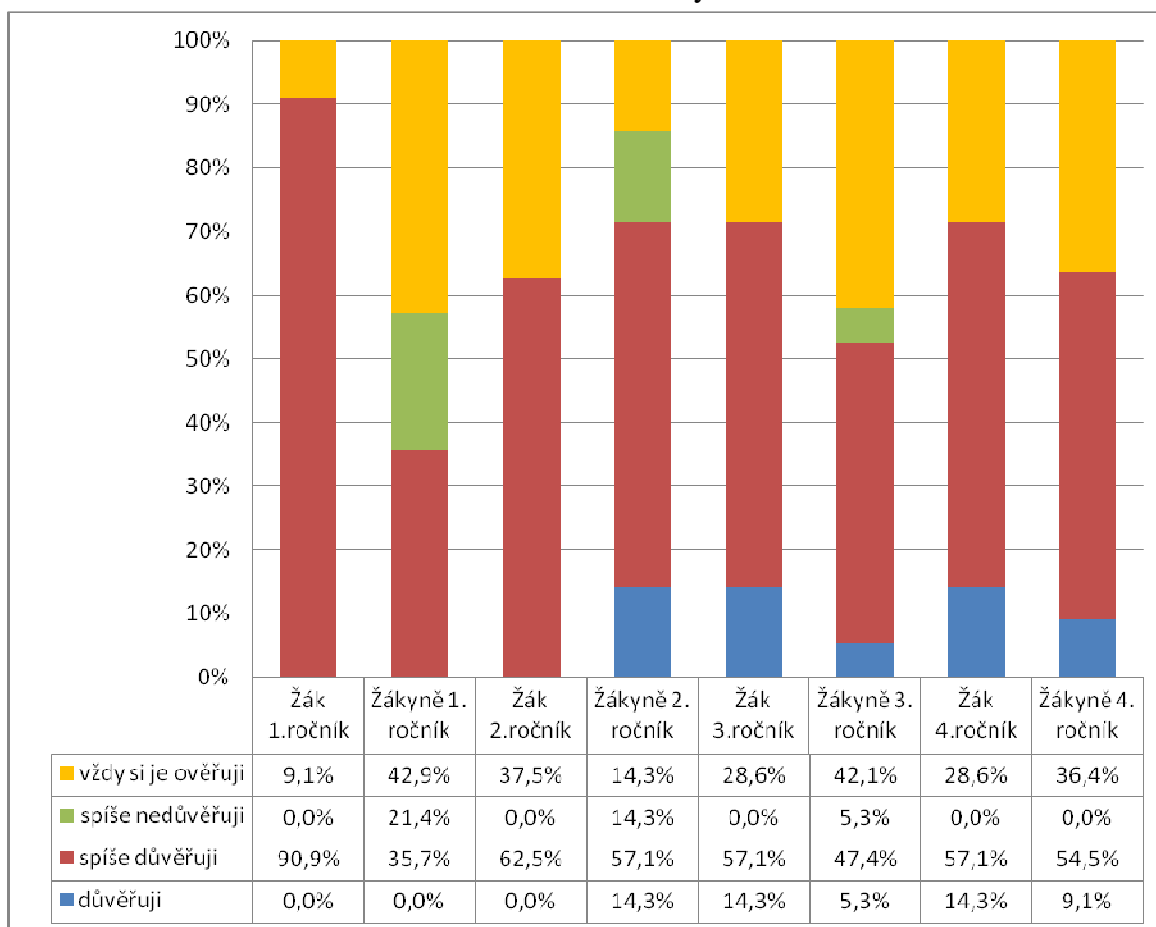
Tabulka 10: Závislost na internetu

Odpověď	Žák 1. ročník	Žákyně 1. ročník	Žák 2. ročník	Žákyně 2. ročník	Žák 3. ročník	Žákyně 3. ročník	Žák 4. ročník	Žákyně 4. ročník
ano	5	12	6	12	6	15	5	9
ne	6	2	2	2	1	4	2	2

U otázky – *Myslíš si, že je někdo z tvých kamarádů závislý na internetu?* – jsou graficky znázorněny odpovědi všech žáků. 77 % žáků si myslí, že znají někoho, u něhož se projevují příznaky závislosti na internetu.

## 11. Důvěra v informace na internetu

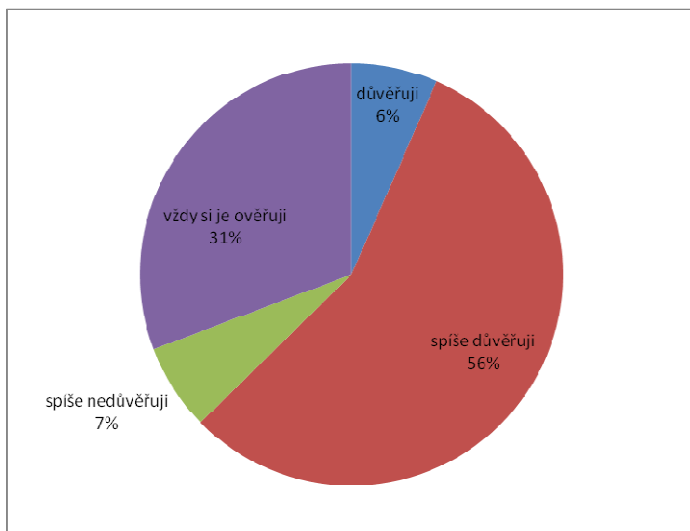
Graf 13: Důvěra v informace na internetu – žáci a žákyně



Tabulka 11: Důvěra v informace na internetu

Odpověď	žák 1. ročník	žákyně 1. ročník	žák 2. ročník	žákyně 2. ročník	žák 3. ročník	žákyně 3. ročník	žák 4. ročník	žákyně 4. ročník
důvěřuji	0	0	0	2	1	1	1	1
spíše důvěřuji	10	5	5	8	4	9	4	6
spíše nedůvěřuji	0	3	0	2	0	1	0	0
vždy si je ověřuji	1	6	3	2	2	8	2	4

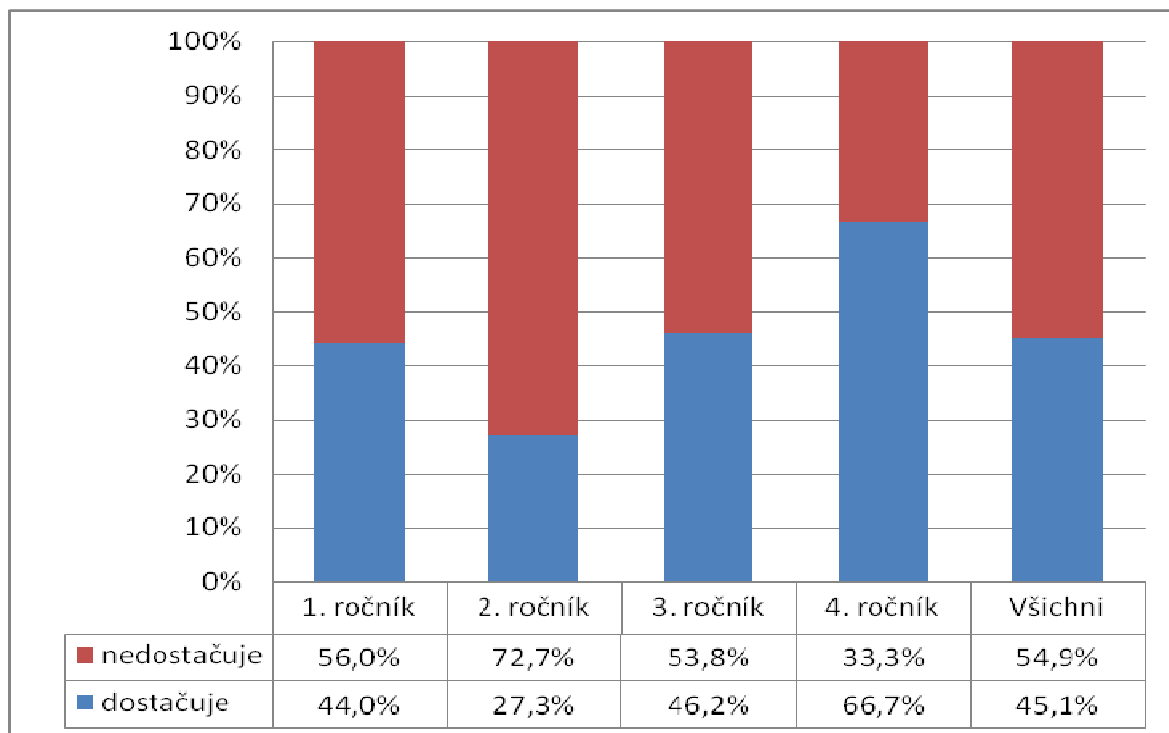
Graf 14: Důvěra v informace na internetu – všichni



Na otázku důvěry k – *Informacím získaným na internetu* – 6 % žáků odpovědělo že informacím důvěřuje, 56 % žáků spíše důvěřuje, 7 % žáků spíše nedůvěřuje a 31% žáků si vždy informace ověřuje. Informacím nejvíce nedůvěřují dívky prvního ročníku – 21,4 % dívek jim spíše nedůvěřuje a 42,9 % dívek si je vždy ověřuje. Z výzkumu vyplývá značná důvěra dotazovaných k informacím zveřejněných na internetu.

## 12. Hodnocení využití internetu v odborných předmětech

Graf 15: Hodnocení využití internetu v odborných předmětech



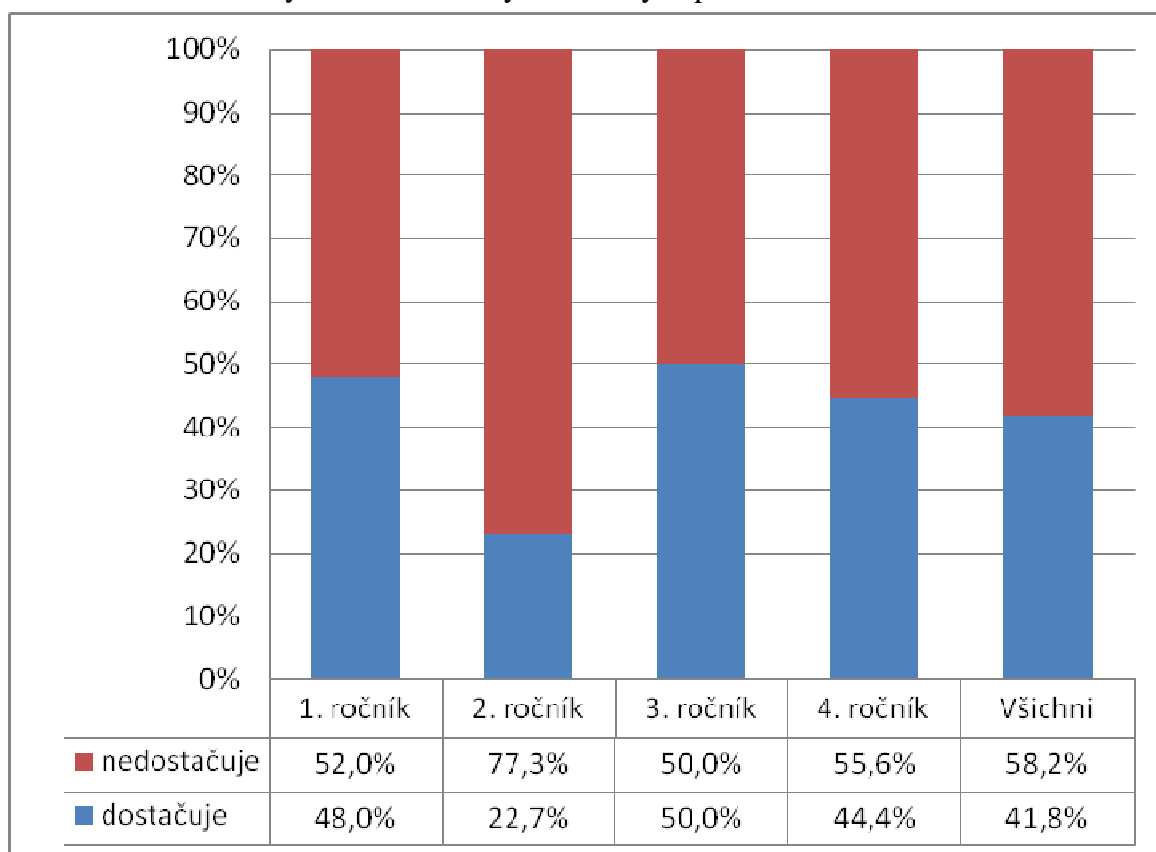
Tabulka 12: Hodnocení využití internetu v odborných předmětech

Odpověď	1. ročník	2. ročník	3. ročník	4. ročník	Všichni
dostačuje	11	6	12	12	41
nedostačuje	14	16	14	6	50

Na otázku – *Mělo by se více využívat v odborných předmětech práce s internetem (vyhledávání informací, novinky, výstavy, projekty)?* – odpovědělo 45,1 % žáků, že využití ve výuce je dostačující, 54,9 % žáků si myslí, že by se práce s internetem mohla zlepšit. Žáci druhého ročníku by přivítali práci s internetem nejvíce.

### 13. Hodnocení využívání literatury v odborných předmětech

Graf 16: Hodnocení využívání literatury v odborných předmětech



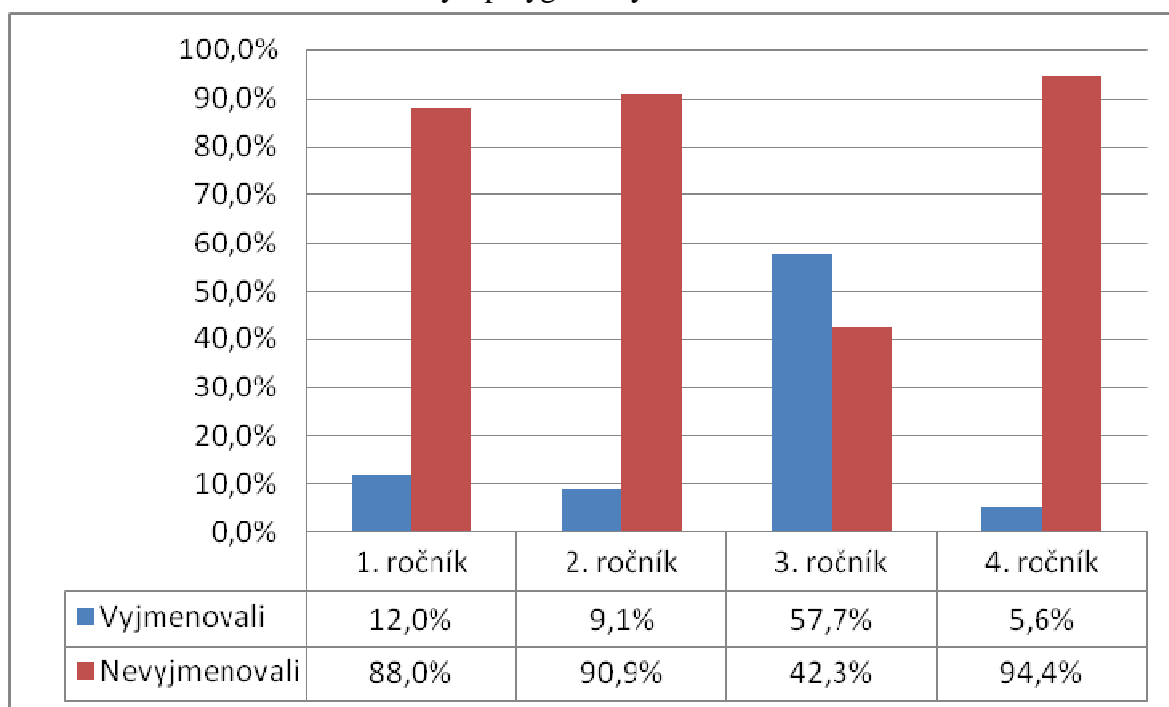
Tabulka 13: Hodnocení využívání literatury v odborných předmětech

Odpověď	1. ročník	2. ročník	3. ročník	4. ročník	Všichni
dostačuje	12	5	13	8	38
nedostačuje	13	17	13	10	53

Na otázku – *Mělo by se více využívat v odborných předmětech odborné literatury?* – odpověděli žáci přibližně stejně jako v předchozí otázce na využívání internetu. Pro 58,2 % žáků je využití literatury nedostačující, pro 41,8 % žáků je dostačující. Opět si žáci druhého ročníku myslí, že by se mohlo literatury využívat více.

#### 14. Znalost odkazů na stránky s polygrafickým zaměřením.

Graf 17: Znalost odkazů na stránky s polygrafickým zaměřením.



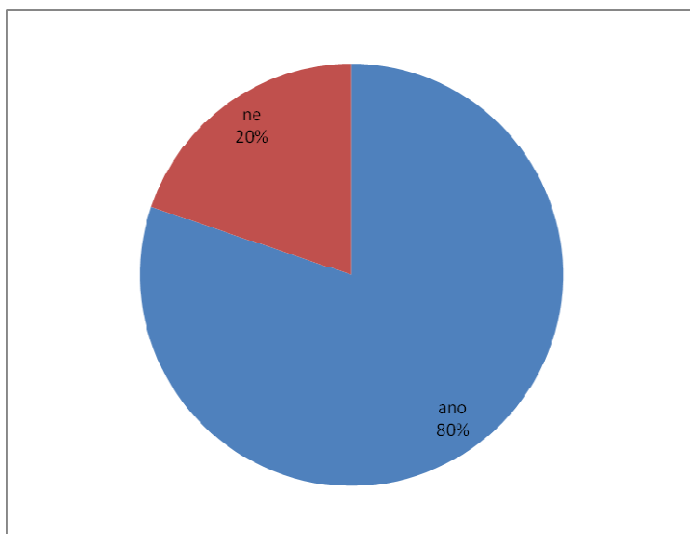
Tabulka 14: Znalost odkazů na stránky s polygrafickým zaměřením.

Odpověď	Žák 1. ročník	Žákyně 1. ročník	Žák 2. ročník	Žákyně 2. ročník	Žák 3. ročník	Žákyně 3. ročník	Žák 4. ročník	Žákyně 4. ročník
Vyjmenovali	3	0	1	1	5	10	0	1
Nevyjmenovali	8	14	7	13	2	9	7	10

Otázka – *Vyjmenuj konkrétní www. stránky a odkazy s odborným obsahem na polygrafické zaměření.* – ukázala, že znalost odborných stránek je u všech ročníků minimální. Výjimku tvoří žáci třetího ročníku, kde tyto stránky vyjmenovalo 57,7 % žáků.

### 15. Neomezený přístup na internet každý den

Graf 18: Neomezený přístup na internet každý den



Tabulka 15: Neomezený přístup na internet každý den

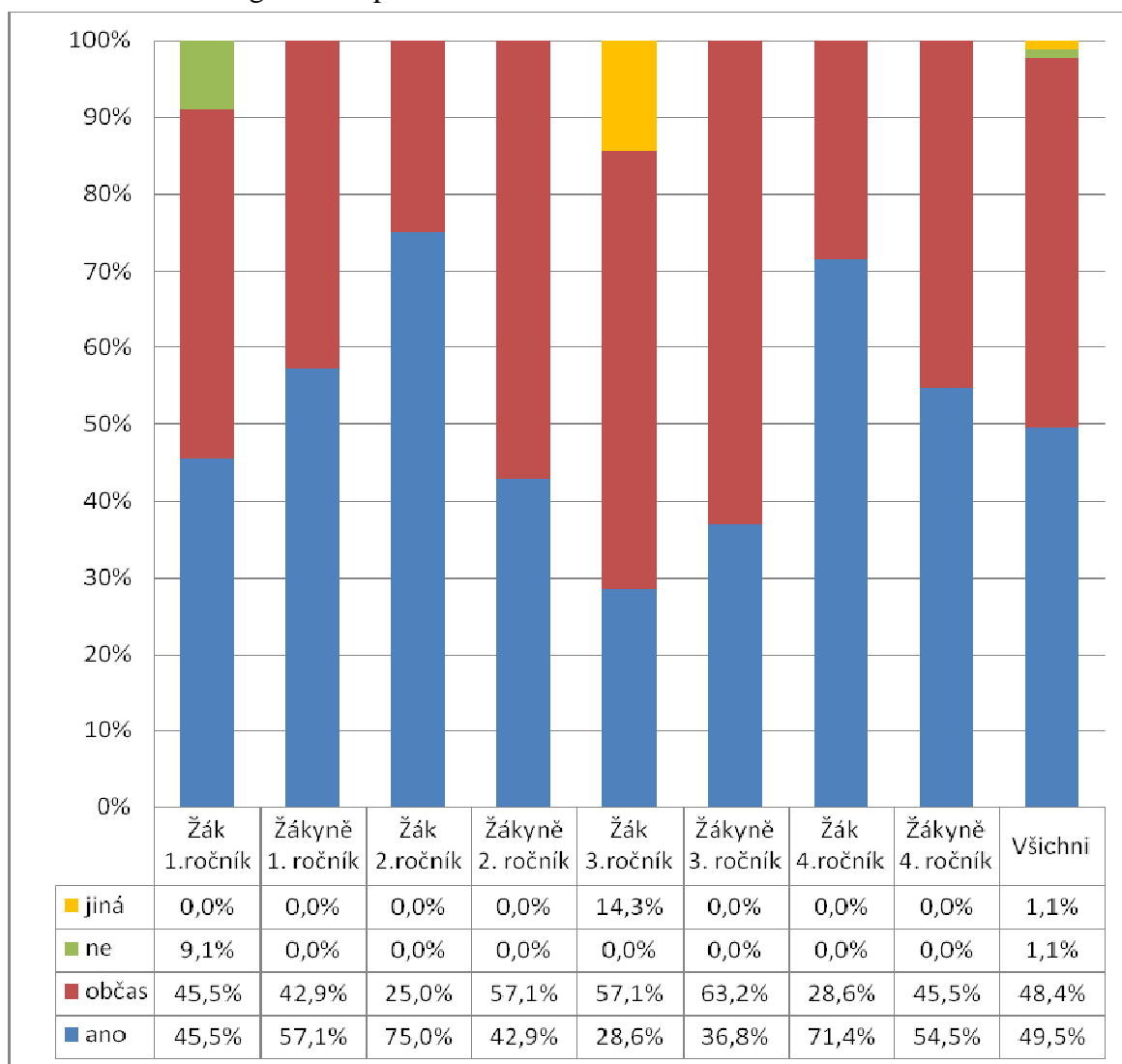
Odpověď	Žák 1. ročník	Žákyně 1. ročník	Žák 2. ročník	Žákyně 2. ročník	Žák 3. ročník	Žákyně 3. ročník	Žák 4. ročník	Žákyně 4. ročník
ano	9	9	7	14	6	15	6	7
ne	2	5	1	0	1	4	1	4

Na otázku – *Máš neomezený přístup na internet?* – odpovědělo 80 % žáků kladně. Tuto skutečnost lze hodnotit uspokojivě. Téměř všichni žáci mají ve svém volném čase neomezený přístup na internet.



## 16. Pozornost grafické úpravě

Graf 19: Pozornost grafické úpravě



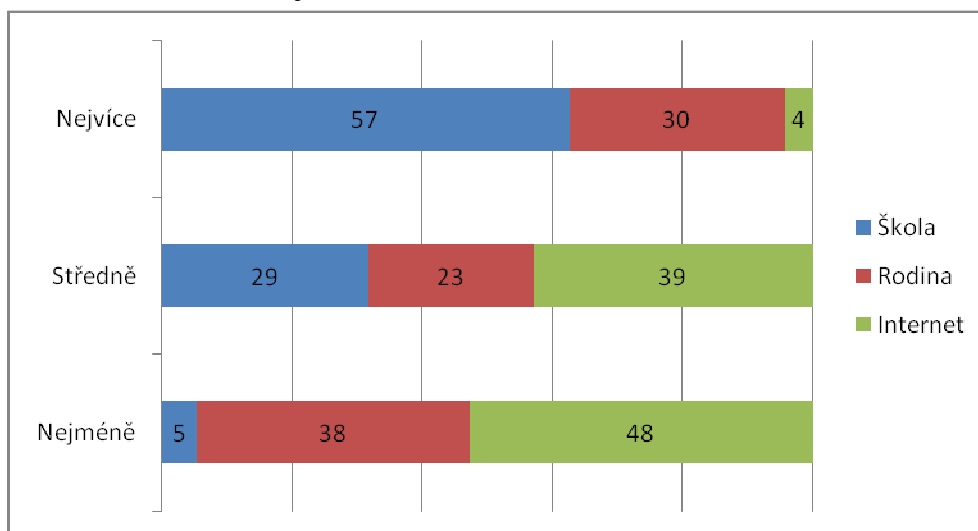
Tabulka 16: Pozornost grafické úpravě

Odpověď	Žák 1. ročník	Žákyně 1. ročník	Žák 2. ročník	Žákyně 2. ročník	Žák 3. ročník	Žákyně 3. ročník	Žák 4. ročník	Žákyně 4. ročník	Všichni
ano	5	8	6	6	2	7	5	6	45
občas	5	6	2	8	4	12	2	5	44
ne	1	0	0	0	0	0	0	0	1
jiná	0	0	0	0	1	0	0	0	1

Na otázku – *Věnuješ pozornost grafické úpravě tiskovin a internetových stránek?* – 49,5 %, žáků odpovědělo, že si úpravy všímá. 48,4 % žáků uvedlo, že grafické úpravě věnuje jen občasnou pozornost. Srovnání ročníků ukázalo: v prvních dvou ročnících je pozornost grafickému zpracování věnována větší. Zájem může být vyvolaný především tím, že problematika grafického zpracování je pro žáky nová. Zato u žáků třetího ročníku jako by se zájem o grafické zpracování zmenšil. Přičítá se to také tomu, že pro žáky se grafické zpracování stává rutinou a nevidí již nic nového. Ve čtvrtém ročníku žáci přemýšlejí nad vlastním uplatněním a zaměstnáním a zájem se opět zvyšuje. 1,1 % žáků uvedlo, že nesledují grafické zpracování, pravděpodobně měli jiné představy o oboru, který si zvolili.

## 17. Vliv na rozvoj vzdělání

Graf 20: Vliv na rozvoj vzdělání



Tabulka 17: Vliv na rozvoj vzdělání

Druh	Žák 1. ročník	Žákyně 1. ročník	Žák 2. ročník	Žákyně 2. ročník	Žák 3. ročník	Žákyně 3. ročník	Žák 4. ročník	Žákyně 4. ročník	Všichni
škola	29	38	19	37	18	53	17	23	234
rodina	18	27	18	31	12	29	13	26	174
internet	19	19	11	16	12	32	12	17	138

Otázka – *Největší vliv na rozvoj tvého vzdělání má škola, internet, rodina - urči pořadí* – se vyhodnocovala způsobem bodování. V tabulce je uveden počet bodů, které dostala škola, rodina, internet podle pořadí udaném žáky – 3 body za odpověď největší, 2 body za odpověď druhý největší a 1 bod za odpověď třetí největší, resp. nejmenší. Z této otázky nelze vyvozovat procenta.

Škola byla vyhodnocena 57 žáky na prvním místě co se týká vlivu, jako střední vliv ji uvedlo 29 žáků a 5 žáků uvedlo, že má na něho škola nejmenší vliv. Rodinu uvedlo na prvním místě 30 žáků, na druhém místě 23 žáků a na třetím místě 38 žáků. Internet uvedli 4 žáci na prvním místě, 39 žáků na druhém místě, 48 žáků na třetím místě. Nejvíce žáci určili pořadí významnosti – škola, rodina, internet. U této otázky nelze vzhledem ke způsobu bodování tvrdit, že například škola je 2x významnější než internet, lze však tvrdit, že škola je u žáků na místě nejvýznamnějším.

## 5.2 Vyhodnocení výsledků výzkumu

### 1. Kolik času věnují žáci jednotlivým druhům médií?

Výzkum ukázal, že žáci tráví největší časový úsek z doby věnované kontaktu s médií při práci s internetem. Průměrný čas, který žák stráví u internetu je 138 minut denně. Co se týká dostupnosti internetu, výsledky ukázaly, že 80 % žáků má k němu neomezený přístup.

Druhým nejvyužívanějším médiem je televize. Průměrná doba strávená denně žákem u televizní obrazovky je 96 minut. Rozdíly mezi jednotlivými ročníky nejsou výrazné.

Následují další aktivity – četba knih, poslech rozhlasu a hraní počítačových her, kterým věnují žáci stejný podíl času – 50 minut. Poslední místo zaujímá četba časopisů, která tvoří 38 minut z celkového času stráveného s médií. Celkový čas věnovaný činnosti s médií vychází na žáka 426 minut denně.

### 2. Mají žáci snahu využívat média pro své další vzdělávání?

Odpovědi na otázku, která se týkala využívání médií ve výuce, ukázaly nutnost většího využívání internetu a odborné literatury ve výuce.

V prvním ročníku 56 % žáků považuje využití internetu v odborných předmětech za nedostatečné. V druhém ročníku je to již 72,7 % žáků a ve třetím ročníku 53,8 % žáků. Ve

čtvrtém ročníku toto procento klesá na 33,3 %. Obdobná je situace ve využívání odborné literatury ve výuce. V prvním ročníku 52 % žáků považuje využití literatury za nedostatečné, ve druhém 77,3 % žáků, ve třetím 50 % žáků a ve čtvrtém 55,6 % žáků. Ze všech odpovědí vyplývá, že žáci požadují větší využívání internetu a odborné literatury během studijního procesu.

Do dotazníku byla zařazena otázka znalosti konkrétních internetových stránek, které se věnují oboru, který žáci studují. Jen malé procento žáků tyto stránky uvedlo. Neznalost těchto stránek zřejmě znamená, že s informacemi na těchto www.stránkách vůbec nepracují.

S využíváním médií souvisí i důvěra v informace poskytované médii. V tomto případě se jedná o nejvíce rozšířený internet. 62 % žáků hodnotí informace na internetu převážně za důvěryhodné.

Dalším významným médiem je televize a její vzdělávací pořady. Hodnocení sledovanosti vzdělávacích pořadů dopadlo následovně: 22 % žáků sleduje vzdělávací pořady, 61,5 % žáků je sleduje občas a 16,5 % žáků naučné pořady v televizi nezajímají.

Snaha žáků o rozšiřování vědomostí prostřednictvím médií je různá a vztahuje se vždy jen k jejich určitému druhu.

### **3. Přiznávají žáci, že je média ovlivňují?**

Názory na působení médií se mohou lišit individuálně případ od případu a nedají se tedy statisticky vyhodnocovat. V tomto případě jde spíše o subjektivní pohled. Z celkového počtu 91 žáků si 46,2 % žáků myslí, že je média neovlivňují vůbec.

Názory v jednotlivých ročnících se liší. Tak například žáci prvního ročníku uvádějí, že média nejvíce ovlivňují jejich styl komunikace, tento názor zastává 36,4 % žáků. Tohoto mínění jsou dívky i chlapci.

Ve druhém ročníku 85,7 % dívek uvádí, že je média neovlivňují vůbec oproti prvnímu ročníku, kde to uvádí jen 7,1 % dívek. Otázka rozebírala i některé doplňkové body, jako je vliv oblékání, módy – viz graf 5.

Reklama má v životě žáků rovněž své místo. 11 % žáků si myslí, že je reklama ovlivňuje, 57 % žáků přiznává, že je reklama ovlivňuje jen někdy, 31 % žáků si myslí, že na ně re-

klama nepůsobí vůbec. V otázce vlivu reklamy je důležité zjištění, že žáci vnímají reklamu jak osobně, tak také v souvislosti s profesí, neboť někteří z nich budou pracovat v oblasti reklamy a reklamní tvorby. V otázce vlivu reklamy je důležité si všimnout, že si žáci uvědomují vliv reklamního sdělení, se kterým se budou i nadále setkávat.

#### **4. V jaké míře a k jakým účelům využívají žáci internet?**

Internet jako komunikační médium vyšel v pořadí oblíbenosti na prvním místě. Dobu po kterou by se žáci obešli bez internetu, vnímají velmi rozdílně. Z celkového počtu 91 žáků by se absolutně bez internetu neobešlo ani jeden den 6,6 %, jeden den bez internetu by se obešlo 9,9 % žáků, jeden týden by se obešlo 37,4 % žáků a jeden měsíc 12,1 % žáků. Jakoukoliv dobu bez internetu si dovede představit 34,1 % žáků. V jednotlivých ročnících se názory respondentů opět odlišují. Viz. graf 10.

Otázka závislosti na internetu bude v budoucnu velmi aktuální a může naznačovat i patologické jevy. Z otázky a odpovědí respondentů nelze usoudit, zda je někdo závislý na internetu. Údaj, že 77 % žáků zná někoho závislého na internetu je v tomto případě nedostačující. Toto téma se nabízí jako předmět dalšího zkoumání.

Co se týká otázky omezování dalších zájmů – rekreačních, kulturních nebo sportovních kvůli internetu – 76,9 % žáků uvedlo, že své zájmy kvůli tomuto médiu neomezuje. 16,5% žáků zájmy omezí občas, 6,6 % žáků přiznalo, že své zájmy kvůli internetu omezilo.

Předpoklad, že většina žáků tráví čas u internetu do pozdních nočních hodin se u těchto respondentů nepotvrdil. 39,6 % žáků tráví čas u internetu do 20 hodin, 34,1% žáků tráví čas na internetu do 22 hodin, 20,9% žáků tráví čas do 24 hodin, 5,5% žáků tráví čas déle jak do 24 hodin.

## ZÁVĚR

Na téma média a mládež můžeme nahlížet z pohledu psychologického, sociologického i pedagogického. Z oblasti pedagogiky nás zajímá pohled výchovně vzdělávací, do kterého média rovněž bezesporu patří. V současné době se hovoří v souvislosti s adolescenty o určité závislosti na mediálním světě. I tento výzkum to na malém vzorku respondentů potvrdil.

Průzkum ukázal, že všichni žáci studijního oboru Reprodukční grafik pro média věnují médiím značnou pozornost, ale nejedná se však o oblast vzdělávání a odborného růstu, ale převážně o oblast zájmů, komunikace a zábavy.

Cílem výzkumné práce bylo zmapovat širokou oblast práce žáků s médii. Analýza empirických dat potvrdila teoretické předpoklady, že média mají v životě žáků velký význam. Tato problematika není jednoduchá a neexistuje na ni jednostranný pohled. Proto bychom se měli nad otázkami jejich vlivu, vztahu a využití neustále zamýšlet.

V praxi se často setkávám u žáků s malou aktivitou, a to zejména v hodinách teoretické přípravy. Práce s textem činí žákům problémy, neumí se v informacích dobře orientovat, obtížně se vyjadřují. Jsou zvyklí přijímat již údaje hotové, takové, které jim někdo vyhledal a připravil. Větším využíváním médií v procesu vzdělávání lze změnit také tento přístup (projekty, vyhledávání informací, elektronická výuka, e-learning apod.).

Vzdělávání směřuje k tomu, aby žák pracoval s médii a využíval adekvátně zdroje informací a efektivně s nimi pracoval, uvědomoval si nutnost posuzovat rozdílnou věrohodnost různých informačních zdrojů a kriticky přistupoval k získaným informacím. Úkolem pedagoga je nepodceňovat význam zájmu žáka o média, nepředávat jen názory a postoje, ale vzbudit v něm zájem o informace a fakta, naučit žáky s nimi pracovat.

Jedním ze základních cílů vymezených Rámcovým vzdělávacím programem je připravit absolventa, který má mít nejen určitý odborný profil, ale který se díky němu dokáže také úspěšně prosadit na trhu práce i v životě. Průřezová témata doplňují znalosti a dovednosti žáka získané v odborné složce vzdělávání o nejdůležitější poznatky a dovednosti, do kterých patří i práce s médii.

V současné době tvoříme na naší škole Školní vzdělávací programy pro polygrafické obory. Při tvorbě těchto programů bych ráda poznatky podpořené tímto výzkumem zohlednila.

**SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY**

- [1] BOURDIEU, P. *O televizi*. Brno: Doplněk, 2002. ISBN 80-7239-122-4.
- [2] ČÁP, J. *Psychologie výchovy a vyučování*. Praha: Univerzita Karlova, 1993. ISBN 80-7066-534-3.
- [3] ČÁP, J.; MAREŠ, J. *Psychologie pro učitele*. Praha: Portál, s.r.o., 2001. ISBN 80-71-78-463-X.
- [4] GAVORA, P. *Úvod do pedagogického výzkumu*. Brno: Paido, 2000. Edice pedagogické literatury. ISBN 80-85931-79-6.
- [5] HOFBAUER, B. *Děti mládež a volný čas*. Praha: Portál, s.r.o., 2004. ISBN 80-7178-927-5.
- [6] HVÍŽĎALA, K. *Jak myslet média*. Praha: Dokořán, 2005. ISBN 80-7363-047-8.
- [7] CHRÁSKA, M. *Metody pedagogického výzkumu*. Praha: Grada publishing, a.s., 2007. ISBN 978-80-247-1369-4.
- [8] JIRÁK, J.; KÖPPLOVÁ, B. *Média a společnost*. Praha: Portál, s.r.o. 2003. ISBN 80-7178-697-7.
- [9] JŮVA, V. *Úvod do pedagogiky*. Brno: Paido, 1999, čtvrté vydání. ISBN 80-85931-78-8.
- [10] KOLÁŘ, P. *Socializační role masmédií u dětí a mládeže, negativní prvky ve vysílání (drogy, násilí) dětí a reklama*. Socializační studie č. 5. 101, 1997. Parlamentní institut.
- [11] MACEK, P. *Adolescence*. Praha: Portál, s.r.o. 2003 druhé vydání. ISBN 80-71-78-348-X.
- [12] MANDER, J. *Čtyři důvody pro zrušení televize*. Brno: Doplněk, 2000. ISBN 80-72-39-063-5.
- [13] MAREŠ, J. *Kvalita života u dětí a dospívajících I*. Brno: MSD, spol. s.r.o., 2006. ISBN 80-86633-65-9.
- [14] MEYROWITZ, J. *Všude a nikde. Vliv elektronických médií na sociální chování*. Praha: Karolinum, 2006. ISBN 80-246-0905-3.

- [15] PAVLICA, K. *Sociální výzkum, podnik a management*. Praha: Ekopress, s.r.o., 2000. ISBN 80-861119-25-4.
- [16] PELIKÁN, J. *Základy empirického výzkumu pedagogických jevů*. Praha: Karolinum, 2004. ISBN 80-7184-569-8.
- [17] PLEVOVÁ, I. *Kapitoly z vývojové psychologie*. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 2006. ISBN 80-244-1412-0.
- [18] PRŮCHA, J. *Moderní pedagogika*. Praha: Portál, s.r.o., 2002. 2. přepracované a aktualizované vydání. ISBN 80-71-78-653-4.
- [19] ROTH, J. *Mediální výchova v Čechách – tištěná média*. Praha: Tutor, s.r.o. 2005. ISBN 80-86700-25-9.
- [20] ŘÍČAN, P.; PITHARDOVÁ, D. *Krotíme obrazovku*. Praha: Portál, 1995. ISBN 80-7178-084-7.
- [21] SAK, P.; MAREŠ, V.; NOVÁ, H.; RICHTER, V.; SAKOVÁ, K.; SKALKOVÁ, J. *Člověk a vzdělání v informační společnosti*. Praha: Portál, s.r.o., 2007. ISBN 978-80-7367-230-0
- [22] SMÉKAL, V.; MACEK, P. *Utváření a vývoj osobnosti*. Brno: Barrister & Principál studio, s.r.o., 2002. ISBN 80-85947-83-8.
- [23] SMOLÍKOVÁ, K. *Ovladač je můj aneb jak na média*. Praha: ALBATROS 2006. ISBN 80-00-01865-9.
- [24] SPOUSTA, V. et al. *Metody a formy výchovy ve volném čase*. Masarykova univerzita v Brně, Pedagogická fakulta 1996. ISBN 80-210-1275-7.
- [25] SUCHÝ, A. *Mediální zlo – mýty a realita*. Praha: Triton, 2007. ISBN 978-80-7254-926-9.
- [26] ŠEĎOVÁ, K. *Děti a rodiče před televizí*. Brno: Paido, 2007. Edice pedagogické literatury. ISBN 978-80-7315-149-2.
- [27] ŠMAHEL, D. *Psychologie a internet, děti dospělými, dospělí dětmi*. Praha: Triton, 2003. ISBN 80-7254-360-1.
- [28] THOMSON, J. B. *Média a modernita*. Praha: Karolinum 2004. ISBN 80-246-0652-6.



- [29] VÁGNEROVÁ, M. *Vývojová psychologie*. Praha: Portál,s.r.o., 2000. ISBN 80-71-78-308-0.
- [30] VYBÍRAL, Z. *Psychologie komunikace*. Praha: Portál, s.r.o., 2005. ISBN 80-7178-998-4.

**SEZNAM GRAFŮ**

Graf 1: Čas věnovaný mediálními aktivitám v minutách.....	32
Graf 2: Čas věnovaný mediálními aktivitám .....	33
Graf 3: Médium, u kterého tráví žáci denně nejvíce času.....	34
Graf 4: Sledovanost vzdělávacích pořadů v televizi.....	35
Graf 5: Hodnocení vlivu médií – žáci a žákyně.....	36
Graf 6: Hodnocení vlivu médií – všichni.....	37
Graf 7: Ovlivnění reklamou .....	38
Graf 8: Omezení zájmů kvůli internetu .....	39
Graf 9: Čas strávený na internetu do pozdních nočních hodin.....	40
Graf 10: Čas strávený bez internetu.....	41
Graf 11: Přitažlivost internetu.....	42
Graf 12: Závislost na internetu .....	43
Graf 13: Důvěra v informace na internetu – žáci a žákyně.....	44
Graf 14: Důvěra v informace na internetu – všichni.....	45
Graf 15: Hodnocení využití internetu v odborných předmětech.....	45
Graf 16: Hodnocení využívání literatury v odborných předmětech.....	46
Graf 17: Znalost odkazů na stránky s polygrafickým zaměřením.....	47
Graf 18: Neomezený přístup na internet každý den.....	48
Graf 19: Pozornost grafické úpravě .....	49
Graf 20: Vliv na rozvoj vzdělání .....	50

**SEZNAM TABULEK**

Tabulka 1: Čas věnovaný mediálními aktivitám.....	32
Tabulka 2: Médium, u kterého žáci tráví nejvíce času .....	34
Tabulka 3: Sledovanost vzdělávacích pořadů v televizi .....	35
Tabulka 4: Hodnocení vlivu médií – žáci a žákyně .....	36
Tabulka 5: Hodnocení vlivu médií – všichni.....	37
Tabulka 6: Ovlivnění reklamou .....	38
Tabulka 7: Omezení zájmů kvůli internetu.....	39
Tabulka 8: Čas trávený na internetu do pozdních nočních hodin .....	40
Tabulka 9: Čas strávený bez internetu .....	41
Tabulka 10: Závislost na internetu.....	43
Tabulka 11: Důvěra v informace na internetu .....	44
Tabulka 12: Hodnocení využití internetu v odborných předmětech.....	46
Tabulka 13: Hodnocení využívání literatury v odborných předmětech .....	47
Tabulka 14: Znalost odkazů na stránky s polygrafickým zaměřením.....	47
Tabulka 15: Neomezený přístup na internet každý den .....	48
Tabulka 16: Pozornost grafické úpravě .....	49
Tabulka 17: Vliv na rozvoj vzdělání.....	50

## SEZNAM PŘÍLOH

PI: Dotazník

## PŘÍLOHA P I: DOTAZNÍK

Vážení žáci, máte před sebou dotazník, kde otázky jsou formulovány tak, aby charakterizovaly Váš postoj k médiím a zvláště k internetu.

V případě otázek s možností volby označte odpověď křížkem.

Dotazník je anonymní, odpovídejte, prosím, na otázky pravdivě.

Výsledky budou sloužit jen pro tento výzkum a nebudou nikde jinde zveřejňovány.

**Pohlaví:**       muž       žena

**Ročník:**       1. ročník     2. ročník     3. ročník     4. ročník

### I. Čas věnovaný mediálními aktivitám

**1. Napiš, kolik času průměrně denně věnuješ ve svém volném čase následujícím aktivitám:**

**a) četbě časopisů a novin**

- a)  vůbec nic
- b)  do 1 hodiny
- c)  do 2 hodin
- d)  do 3 hodin
- e)  do 5 hodin
- f)  nad 5 hodin

**b) četbě knih**

- a)  vůbec nic
- b)  do 1 hodiny
- c)  do 2 hodin
- d)  do 3 hodin
- e)  do 5 hodin
- f)  nad 5 hodin

**c) hraní počítačových her (PC)**

- a)  vůbec nic
- b)  do 1 hodiny
- c)  do 2 hodin
- d)  do 3 hodin
- e)  do 5 hodin
- f)  nad 5 hodin

**d) sledování televize**

- a)  vůbec nic
- b)  do 1 hodiny
- c)  do 2 hodin
- d)  do 3 hodin
- e)  do 5 hodin
- f)  nad 5 hodin

**e) práci s internetem**

- a)  vůbec nic
- b)  do 1 hodiny
- c)  do 2 hodin
- d)  do 3 hodin
- e)  do 5 hodin
- f)  nad 5 hodin

**f) poslechu rozhlasu**

- a)  vůbec nic
- b)  do 1 hodiny
- c)  do 2 hodin
- d)  do 3 hodin
- e)  do 5 hodin
- f)  nad 5 hodin

**2. Vyber médium, u kterého denně strávíš nejvíce času.**

- a)  internet
- b)  televize
- c)  literatura
- d)  jiné (uved')

**3. Sleduješ v televizi vzdělávací pořady?**

- a)  ano
- b)  ne
- c)  občas

**4. Myslíš si, že média ovlivňují tvůj životní styl?**

- a)  ovlivňují mé názory
- b)  ovlivňují styl oblékání
- c)  ovlivňují styl komunikace
- d)  neovlivňují mě vůbec
- e)  jiný názor (uved')

**5. Ovlivňuje tě a působí na tebe reklama?**

- a)  ano
- b)  ne
- c)  někdy
- d)  jiný názor (uved')

## II. Internet

**6. Omezil(a) jsi kvůli internetu nějaké své zájmy – sportovní, kulturní, rekreační?**

- a)  ano
- b)  občas
- c)  ne

**7. Trávíš čas na internetu do pozdních nočních hodin a do kolika?**

- a)  do 20 hodin
- b)  do 22 hodin
- c)  do 24 hodin
- d)  déle než do 24 hodin

**8. Dovedeš si představit, že bys byl bez internetu?**

- a)  1 den
- b)  1 týden
- c)  1 měsíc
- d)  jakoukoliv dobu
- e)  ani jeden den

**9. Na internetu tě nejvíc přitahuje a zajímá:**

**a) komunikace s neznámými lidmi**

- a)  ano
- b)  ne
- c)  částečně

**b) komunikace se známými lidmi, které znáš osobně**

- a)  ano
- b)  ne
- c)  částečně

**c) oblast tvých zájmů, koníčků**

- a)  ano
- b)  ne
- c)  částečně

**d) hry**

- a)  ano
- b)  ne
- c)  částečně

**e) nákupy na internetu**

- a)  ano
- b)  ne
- c)  částečně

**f) tvorba webových stránek**

- a)  ano
- b)  ne
- c)  částečně

**g) návštěva fotogalerií, výstav, umělecké práce, vše o umění**

- a)  ano
- b)  ne
- c)  částečně

**10. Myslíš si, že někdo z tvých známých nebo kamarádů je závislý na internetu?**

- a)  ano
- b)  ne

**11. Informacím získaných na internetu:**

- a)  důvěřuji
- b)  spíše důvěřuji
- c)  spíše nedůvěřuji
- d)  rozhodně nedůvěřuji
- e)  vždy si je ověřuji

### **III. Vzdělávání**

**12. Měla by se více využívat ve výuce odborných předmětů práce s internetem (vyhledávání informací, novinky, výstavy, projekty)?**

- a)  využití internetu mi dostačuje
- b)  využití internetu mi nedostačuje

**13. Měla by se více využívat ve výuce odborných předmětů práce s odbornou literaturou (odborné noviny a časopisy, studie, výzkumy)?**

- a)  využití odborné literatury mi dostačuje
- b)  využití odborné literatury mi nedostačuje

**14. Vyjmenuj konkrétní stránky a odkazy, které jsou polygraficky zaměřené.**

---

**15. Máš volný neomezený přístup na internet každý den?**

- a)  ano
- b)  ne

**16. Věnuješ pozornost grafické úpravě časopisů, tiskovin, webovým stránkám?**

- a)  ano, zajímá mě grafické zpracování
- b)  občas
- c)  nevěnuji, nezajímá mě to



**17. Největší vliv na rozvoj tvého vzdělání má: škola, rodina, internet. Vyber jednu možnost podle pořadí:**

- a)  škola, rodina, internet
- b)  škola, internet, rodina
- c)  rodina, škola, internet
- d)  rodina, internet, škola
- e)  internet, škola, rodina
- f)  internet, rodina, škola

Děkuji Vám za vyplnění dotazníku.

**Jana Šarmanová**, učitelka odborného výcviku na SPŠP-COP Zlín