

**VYSOKÁ ŠKOLA EVROPSKÝCH A REGIONÁLNÍCH  
STUDIÍ, Z. Ú., ČESKÉ BUDĚJOVICE**

**BAKALÁŘSKÁ PRÁCE**

**POZITIVNÍ A NEGATIVNÍ VLIV MÉDIÍ NA DĚTI A  
MLÁDEŽ**

**Autor práce: Michal Pospíšil DiS.**

**Studijní obor: Bezpečnostně právní činnost ve veřejné správě**

**Forma studia: Kombinovaná**

**Vedoucí práce: Mgr. František Šnitr**

**Katedra: Katedra právních oborů a bezpečnostních studií**

**2017**

Prohlašuji, že jsem bakalářskou práci vypracoval samostatně, na základě vlastních zjištění a s použitím odborné literatury a materiálů uvedených v této práci.

Souhlasím, aby práce byla uložena v knihovně Vysoké školy evropských a regionálních studií v Českých Budějovicích a zpřístupněna v souladu s § 47b zákona č. 111/1998 Sb. v platném znění.

.....

Děkuji vedoucímu bakalářské práce Mgr. Františku Šnitrovi, za cenné rady, připomínky a metodické vedení práce.

## ABSTRAKT

POSPÍŠIL, M. *Pozitivní a negativní vliv médií na děti a mládež: bakalářská práce*. České Budějovice: Vysoká škola evropských a regionálních studií, 2017. 64 s. Vedoucí bakalářské práce: Mgr. František Šnitr.

**Klíčová slova:** média, děti, mládež, tiskoviny, rozhlas, televize, internet

Tato bakalářská práce se zabývá problematikou pozitivního a negativního vlivu médií na děti a mládež. Uvádí základní pojmy týkající se této problematiky, jako jsou média, děti, mládež, tiskoviny, rozhlas, televize a internet. Dále je v práci uvedena historie vzniku tiskovin, rozhlasu, televize a internetu. Práce ve své teoretické části podrobněji rozebírá jednotlivá média a následně rozebírá jejich pozitivní a negativní vliv na děti a mládež. V práci je také uvedena funkce Rady pro televizní a rozhlasové vysílání a vliv mediální výchovy na děti a mládež. V empirické části pak práce obsahuje dotazníkové šetření určené středoškolským studentům, rozbor a popis dotazníku a následnou interpretaci výsledků.

## ABSTRACT

POSPÍŠIL, M. *Positive and negative influence of media on children and youth: bachelor thesis*. České Budejovice: College of European Regional Studies, 2017. 64 p. Supervisor: Mgr. František Šnitr.

**Keywords:** media, children, youth, publications, radio, TV, internet

This thesis deals with problems of positive and negative impact of media on children and youth. It presents the basic concepts related to this issue, such as media, children, youth, publications, radio and the internet. The history of printed materials, radio, television, and the internet is listed below. The bachelor thesis in the theoretical part analyzes in detail the various media and then analyzes their positive and negative influence on children and youth. This thesis sets out also function of Council for television radio broadcasting and influence of media on education of children and youth. The empirical part of this thesis contains a questionnaire survey for high school students, the analysis of the data collected and interpretation of results.

# Obsah

Úvod.....	7
1 Cíl a metodika bakalářské práce .....	9
2 Média.....	10
2.1 Funkce médií .....	12
2.2 Rozdělení médií.....	13
2.3 Tiskoviny.....	14
2.4 Rozhlas .....	16
2.5 Televize .....	17
2.6 Internet.....	18
2.7 Mobilní komunikace.....	19
3 Vliv médií .....	21
3.1 Účinky médií .....	22
3.2 Pozitivní a negativní vliv.....	23
3.3 Vliv televize na děti a mládež .....	26
3.4 Vliv internetu a mobilní komunikace na děti a mládež.....	27
3.5 Mediální výchova .....	31
3.6 Rada pro rozhlasové a televizní vysílání.....	32
4 Dotazníkové šetření.....	34
4.1 Stanovení hypotéz .....	35
4.2 Popis výsledků dotazníku.....	36
4.3 Vyhodnocení hypotéz.....	51
Závěr .....	53
Seznam použitých zdrojů .....	55
Seznam grafů.....	58
Přílohy.....	59

## Úvod

První slovo, které se nám nabízí z názvu této práce je „médiium“. Co je to vlastně médiium? Určitě všechny z vás napadne, že je to televize, internet, noviny, nebo i facebook či twitter. Ano, všechno tohle jsou média, která nás nějakým způsobem ovlivňují a vyvíjí na nás určitý tlak. Jak si ale médiium charakterizovat? Zcela jednoduše. Médiium je známo pod názvem „prostředník“. Média jsou tedy zprostředkovatelé mezi tím, co se děje ve světě, a těmi, kteří tyto informace dostávají.

Média se neustále celkem rychlým a značným způsobem vyvíjejí. Když se ohlédneme o několik let zpět, znali jsme jen noviny, které jsme si přečetli ráno u snídaně, přes den jsme se zaposlouchali do rádia a večer jsme si v klidu a pohodlí svého domova shlédli televizní noviny. Veškeré informace, které se k nám dostávali, proudily přes velmi malý a omezený počet kanálů. Internet byl tehdy na samém počátku užívání a sociální sítě jako facebook vůbec neexistovaly. Všechny data a informace se k nám tedy dostávali jen přes tisk a televizi, což je oproti dnešní době velmi málo. V současnosti je všechno jiné. Média se během pár let dramaticky změnila. Rychlým tempem se rozvinula takzvaná elektronická média, kterými jsou například internetové stránky, jako jsou: novinky.cz, idnes.cz, ihned.cz, ale i třeba e-mail.cz na seznamu. Média jsou tedy opravdu vše, co nám přináší nějaké informace, i když se nám zrovna jako média vůbec nejeví.

V této bakalářské práci se tedy budeme zabývat trochu podrobněji médii. Dozvíme se zde, jaké jsou funkce médií a jak média rozdělujeme. Povíme si něco o tiskovinách, rozhlasu, televizi, internetu a mobilních komunikacích. Také se tady dočteme, jaké na nás mají média účinky a představíme si možné pozitivní ale i negativní vlivy médií. Také se zaměříme na to, jaký vliv má televize, internet a mobilní komunikace na děti a mládež. Popíšeme si zde něco málo o mediální výchově a o radě pro rozhlasové a televizní vysílání. Praktická část této práce nám ukáže vliv médií na děti a mládež v rakovnickém regionu, který byl zjištěn prostřednictvím dotazníkového šetření na 3 středních školách v celkovém počtu 150 dotazníků.

Téma bakalářské práce „Pozitivní a negativní vliv médií na děti a mládež“ jsem zvolil z důvodu jeho aktuálnosti, kdy média jsou součástí našeho každodenního života

a umožňují nám snadněji komunikovat s okolím, předkládají nám mnoho informací z celého světa, ale také nám umožňují vyhledávat nejrůznější zábavu pro náš volný čas.

V posledních letech vliv medií značně stoupl a to především díky rychlému rozvoji techniky zejména nových technologií, které jsou využívány v chytrých mobilních telefonech a tabletech, bez kterých si už dnešní život skoro nedokážeme představit.

Nyní se nacházíme ve světě informací, které jsou všude, kam se jen podíváme. Tyto informace hrají v našem životě velice důležitou a významnou roli. V současné době lze říci, že naše společnost je „informační“ nebo „mediální“. Každý z nás by měl mít přístup k různým informacím. Také by každý z nás měl mít právo na svobodný názor a vyjádření, v čemž hrají svou úlohu právě média, která nám dávají možnost vyhledávat, přijímat a rozvádět ideje a informace. Lidé si proto začali pokládat základní otázku: „Mohou mít média nějaký vliv na jedince?“ Odpověď je velice jednoduchá – mohou a mají. Média mají významný vliv na tom, jak se rozhodujeme, jaký máme pohled na věci a lidi kolem nás. Jednou z nejvíce ovlivnitelných skupin jsou děti a mládež.

Dříve měly významnou roli na vývoji dětí rodiny a školy. Nyní mezi tyto dvě role patří i právě zmiňovaná média. Především elektronická média mají na děti značný vliv. To si uvědomují jak rodiče, školy, tak i instituce a organizace, které se proto zabývají různými mimoškolními aktivitami pro děti a ochraňují je před možnými riziky a také negativními důsledky médií. V tomto důsledku byl zařazen do osnov základních škol a středních škol předmět Mediální výchova, která vzdělává děti v mediální gramotnosti.

Správním orgánem a kontrolním mechanismem státní správy ve věcech negativních vlivů médií na společnost potažmo na děti a mládež je Rada pro rozhlasové a televizní vysílání, která dohlíží na dodržování právních předpisů v oblasti její působnosti, tedy na rozhlasové a televizní vysílání a audiovizuální mediální služby na vyžádání.



# 1 Cíl a metodika bakalářské práce

Hlavním cílem bakalářské práce je na základě dotazníkového šetření zjistit, jakým způsobem jsou dnešní děti a mládež na středních školách v rakovnickém regionu ovlivněny médii, zda u nich převažuje pozitivní nebo negativní vliv medií. Další cíle práce jsou zjistit, jaká média naše děti a mládež nejvíce využívají a k jakému účelu, zda mají profil na sociální síti a jak často používají různé druhy medií.

Bakalářská práce je rozdělena na dvě hlavní části. První částí je teoretická a druhou praktická. V teoretické části jsou popsány druhy medií, jejich rozdělení, funkce a vliv medií na děti a mládež, kdy získaná data vycházejí z metody analýzy odborných publikací k dané problematice. Praktická část bakalářské práce je zaměřena na zpracování a vyhodnocení dat získané metodou kvantitativního průzkumu, konkrétně dotazníkového šetření.

Bakalářská práce je dále rozdělena do čtyř hlavních kapitol. V první kapitole je konkretizován cíl a metodika bakalářské práce. Druhá kapitola práce je zaměřena na obecnou charakteristiku medií. Následně na bližší popis funkce medií, rozdělení medií, vzniku a vývoje jednotlivých druhů medií jako je tisk, rozhlas, televize a internet. Třetí kapitola se zaměřuje na pozitivní a negativní dopady medií na děti a mládež, na jednotlivce i na společnost jako takovou. Dále se v práci vysvětluje, jak je důležitá mediální výchova na základních a středních školách na mediální gramotnost dětí a mládeže. Také je zde uvedeno postavení Rady pro rozhlasové a televizní vysílání, která má kontrolní funkci v rozhlasovém a televizním vysílání. Ve čtvrté kapitole je prostřednictvím dotazníkového šetření vyhodnocen vlastní průzkum provedený mezi studenty na třech středních školách v rakovnickém regionu se zaměřením na jejich zkušenost s médii. Na základě odpovědí je zjišťováno nejčastěji sledované médium, jak často používají různé druhy medií, kterému informačnímu zdroji nejvíce věří, k čemu média nejčastěji využívají, zda mají profil na sociálních sítích, zda měli předmět mediální výchova a zda je média ovlivňují v pozitivním či negativním smyslu. Pro přehlednost výsledků jsou vyhodnocená data zpracována graficky a kvantitativně.

## 2 Média

Vznik médií započalo asi v 17. století. První noviny se zaznamenaly v Německu roku 1609. O téměř sto let později přišel na řadu první britský denní tisk, který obsahoval především inzerce. V 18. století se rozvinuly také časopisy, které se postupně specializovaly na různorodé volnočasové aktivity, politiku a dění kolem nás. Ve 20. letech 20. století přišlo na řadu další médium, kterým byl rozhlas. Televizní pořady se začaly vysílat až v roce 1936. Bohužel druhá světová válka zbrzdila vývoj televizních kanálů. Zhruba až v 50. letech se televizní vysílače začaly dostávat do domácností. V posledních 30. letech se nejvíce rozvinul internet, který je králem mezi veškerými médii.<sup>1</sup>

Na počátku 90. let prodělala česká média velice důležitou strukturní, obsahovou a ekonomickou reorganizaci. V listopadu 1989 se změnilo naladění médií po obsahové a hodnotové stránce a oslabila se značným způsobem i jejich vazba na stát. Média byla oddělena od státu a byla prohlášena za „média veřejné služby“.<sup>2</sup>

Média – takto jsme si zvykli nazývat nejrůznější komunikační prostředky, které nám umožňují snadněji komunikovat s lidmi, různými institucemi, předkládají nám mnoho informací z celého světa, ale také nám umožňují vyhledávat nejrůznější zábavu pro náš volný čas. Ať už chceme či nikoli, média nás ovlivňují natolik, že vlastně není možné rozeznat jejich působení na nás bez dostatečného nastudování této problematiky. Z tohoto důvodu jsou média předmětem výzkumu a jejich studium je zařazeno na mnoho vysokých školách.

Slovo „médium“ vychází z latiny a překládáme ho jako prostředek, zprostředkovatel. S pojmem „médium“ se můžeme setkat i například ve fyzice, biologii, výpočetní technice, chemii i teorii sociální komunikace. Médium je tedy vše, co zprostředkovává někomu nějaké sdělení – médium komunikační.<sup>3</sup>

---

<sup>1</sup> GILES, D. *Psychologie médií*. Praha: Grada, 2012, s. 16-17.

<sup>2</sup> JEŽEK, V., JIRÁK, J. *Média a my*. Praha, 2014, s. 70-71.

<sup>3</sup> JIRÁK, J., KÖPPLOVÁ, B. *Média a společnost: stručný úvod do studia médií a mediální komunikace*. Praha, 2007, s. 16.

Média lze definovat jako cokoli, co člověk používá ke sdělení nějaké informace. V době kamenné to mohla být stěna jeskyně, nyní to může být například nalepovací vzkaz.<sup>4</sup>

Médiemi nazýváme všechny masově komunikační prostředky, kterými jsou například tištěná média, auditivní, vizuální, audiovizuální a on-line. Média slouží jako zdroj informací pro mnoho příjemců. Díky tomuto kontextu se začal používat výraz „masová média“.<sup>5</sup>

Německý badatel Ulrich Saxer vnímal média nejen jako komunikační zdroje, ale také jako organizace – tedy „účelné sociální systémy“. Média a mediální systém je někdy nesprávně vnímán jako synonyma. Správná myšlenka je, že média představují jakousi základní organickou součást zmiňovaného mediálního systému.<sup>6</sup>

Ve smyslu médií se také používají výrazy stejného významu, jako jsou „prostředky masové komunikace“, „masově komunikační prostředky“, anebo „masmédia“.<sup>7</sup>

Rozvoj masmédií a následně nástup masové komunikace lze vnímat jako technologickou změnu v komunikaci lidí. Tisk, rozhlas, televize, film a internet přinášejí nové možnosti komunikace.<sup>8</sup>

Mediální systém je jeden z mnoha subsystémů naší společnosti. Je vnímán jako společenská sestava, která se skládá jak z masmédií a jejich různých produktů, tak i ze systémů mediálních podniků (rozhlasové stanice, vydavatelské domy, televizní kanály atd.) s jejich sociálními, ekonomickými, politickými, vlastnickými a kulturními strukturami. Takovýto mediální systém má značně velký vliv na myšlení a chování široké škály obyvatelstva a také na kvalitu celé společnosti. Mediální systém má jednoznačně důležitou společenskou úlohu, kterou je poskytování služeb veřejnosti ve veřejném zájmu.<sup>9</sup>

---

<sup>4</sup> GILES, D. *Psychologie médií*. Praha, 2012, s. 13.

<sup>5</sup> REMIŠOVÁ, A. *Etika médií*. Bratislava, 2010, s. 19.

<sup>6</sup> REMIŠOVÁ, A. *Etika médií*. Bratislava, 2010, s. 19.

<sup>7</sup> REMIŠOVÁ, A. *Etika médií*. Bratislava, 2010, s. 20.

<sup>8</sup> BEDNAŘÍK, P., JIRÁK, J., KÖPPLOVÁ, B. *Dějiny českých médií: od počátku do současnosti*. Praha, 2011, s. 23.

<sup>9</sup> REMIŠOVÁ, A. *Etika médií*. Bratislava, 2010, s. 21.

## 2.1 Funkce médií

Média jsou charakteristická svou dostupností neomezenému množství odběratelů a plní několik základních funkcí, kterými jsou informativní funkce, vzdělávací funkce, přesvědčovací funkce a zábavní funkce. K těmto funkcím můžeme ještě přiřadit funkci estetickou.<sup>10</sup>

Média uspokojují důležité potřeby každého člověka, čímž je především orientace ve světě, který je všude kolem nás. Dalšími potřebami jsou například bavit se vzdělávat, komunikovat s okolím, prožívat různé situace a mnoho dalších:

### a) Informativní funkce

Média představují prostředek komunikace a v současném světě tvoří jakousi „nervovou soustavu“ celé společnosti, čímž usměrňují a řídí myšlení i jednání jak jednotlivců, tak i velkých skupin lidí.<sup>11</sup>

Média nám tedy přinášejí mnoho informací, které nás mohou zajímat pouze ze zvědavosti, nebo pro svou důležitost, ať už to jsou informace o politické stránce, kulturní či ekonomické a to na našem území, ale i v ostatních zemích. Následně nám média přinášejí rozbor těchto informací, a tím i náhledy na různé postoje, které k nim můžeme zaujmout. Postupem času se k této informativní funkci připojila svébytná aktivita – žurnalistika.<sup>12</sup>

### b) Vzdělávací funkce

Média nejen že informují, ale také jsou součástí neformálního vzdělávání. Provádí to různými způsoby od vysílání dokumentárních pořadů až po zájmově zaměřené časopisy nebo webové stránky.<sup>13</sup>

---

<sup>10</sup> ROZEHNAL, A. *Mediální právo*. Plzeň, 2015, s. 63.

<sup>11</sup> ROZEHNAL, A. *Mediální právo*. Plzeň, 2015, s. 63.

<sup>12</sup> JEŽEK, V., JIRÁK, J. *Média a my*. Praha, 2014, s. 21.

<sup>13</sup> JEŽEK, V., JIRÁK, J. *Média a my*. Praha, 2014, s. 23.

c) Přesvědčovací funkce

Média mají velký vliv na přesvědčování. Umějí potvrdit, posílit nebo také úplně popravit názory lidí, nebo je i postrčit k určitému jednání.<sup>14</sup>

d) Zábavní funkce

Média nám plní i zábavní funkci prostřednictvím různých televizních seriálů, filmů, nebo také tištěných časopisů, křížovek či různé soutěže až přes počítačové hry. Tyto všechny aktivity jsou nejčastějším způsobem, kterým využíváme volný čas.<sup>15</sup>

## 2.2 Rozdělení médií

Dělení médií je různorodé. Můžeme je dělit podle jednoduchého principu na „chladná“ a „horká“. Horké médium je rozšíření jednoho jediného smyslu pomocí „vysoké definice“, což je stav naplněnosti daty. Zjednodušeně řečeno horká média jsou charakteristická nízkou participací, kdežto chladná média vedou příjemce k mnohonásobně větší participaci a doplnění. Proto je zcela jasné a přirozené, že účinky horkého média, kterými je například rozhlas, má na uživatele odlišný vliv, než účinky chladného média, kterým je například telefon.<sup>16</sup>

Další dělení médií lze rozdělit na primární, sekundární, terciární a kvartární. V širším slova smyslu lze média chápat jako vše, co něco zprostředkovává – tedy zprostředkovatel či prostředník. Takovýchto zprostředkovatelů je celá řada, mezi které řadíme:

- PRIMÁRNÍ MÉDIA – nejrozšířenějšími primárními médii je jazyk, kterým hovoříme (v našem případě je to tedy český jazyk) a neverbální kódy. Bez těchto médií se komunikace neobejde - každý je používá. Avšak tato média se dostávají jen mezi dva aktéry, kteří spolu komunikují. Nikdo další je neslyší,
- SEKUNDÁRNÍ MÉDIA – nejznámějším sekundárním médiem je písmo. Díky písmu si dokážeme nejen představit, co slovo znamená, ale i to jak slovo vypadá.

---

<sup>14</sup> JEŽEK, V., JIRÁK, J. *Média a my*. Praha, 2014, s. 23-24.

<sup>15</sup> JEŽEK, V., JIRÁK, J. *Média a my*. Praha, 2014, s. 24.

<sup>16</sup> MCLUHAN, M. *Jak rozumět médiím: extenze člověka*. Praha, 2011, s. 36.

Písmo nám umožňuje informace sbírat, archivovat a přenášet, tudíž se informace dostávají i mezi další lidi, kteří spolu zrovna nekomunikují pomocí jazyku či neverbální komunikace – tedy pomocí primárních médií,

- TERCIÁRNÍ MÉDIA (nebo také MASOVÁ MÉDIA) – jsou média, která se dostávají do celé společnosti. Jsou schopna oslovit velký počet lidí, kteří mají rozdílné schopnosti. Jsou jimi tisk (knihy, noviny, časopisy...), ale také billboardy či plakáty a vysílací média (televize, rozhlas),
- KVARTÁRNÍ MÉDIA – ve 20. století je zaznamenán velký a rychlý rozvoj dalšího typu komunikačních prostředků, kterými jsou síťová média. Ty jsou založeny na propojování počítačů, telekomunikačním přenosu a digitalizaci dat. Typický rys síťových médií je, že díky této technologii lze propojit média jak sekundární tak terciární. Jednoduše řečeno, zpravodajské webové stránky, které oslovují velký počet lidí, se svou podstatou blíží masovým médiím, tedy terciárním a například e-mail či skype se blíží spíše sekundárním médiím. Facebook či jinou „sociální síť“ lze považovat jako sekundární i masová média a to proto, že komunikace pomocí Facebooku může být jak důvěrná, tak i veřejná.<sup>17</sup>

Média se dají rozdělit také jako „staré“ a „nové“, přičemž mezi ty „staré“ řadíme tiskoviny, rozhlas, televize a do „nových“ spadají především internet (sociální sítě, online seznamky) a také mobilní komunikace, které se objevily až v roce 1990. S „novými“ médii je velice těžké držet krok. V 21. století se zdálo, že e-mail bude nejdůležitějším komunikačním prostředkem, což se během pár měsíců rapidně změnilo příchodem mobilních komunikací a takzvaným textováním (tedy posíláním sms).<sup>18</sup>

## 2.3 Tiskoviny

Tištěná média se dostala na vrchol během dvacetiletí za první republiky. V této době začal mít tisk velkou konkurenci v rozhlasovém vysílání, který se začal prvně veřejně vysílat roku 1923. Na konci 30. let se prosadilo kvalitní a účinné filmové

---

<sup>17</sup> JEŽEK, V., JIRÁK, J. *Média a my*. Praha, 2014, s. 8-10.

<sup>18</sup> GILES, D. *Psychologie médií*. Praha, 2012, s. 139.

zpravodajství. Během první republiky pokročila profesionalizace žurnalistiky a objevil se také první pokus vysokoškolského vzdělávání žurnalistů.<sup>19</sup>

Tisková média lze rozdělit na periodický a neperiodický tisk. Periodickým tiskem se rozumí veškeré tiskoviny, které vycházejí víceméně pravidelně. Neperiodickým tiskem se naopak rozumí tiskoviny vycházející příležitostně, jedinečně, popřípadě tiskoviny, které vycházejí jen kvůli určenému úzkému okruhu zájemců (např. odborné časopisy).<sup>20</sup>

Tisková média jsou veškerá média, která jsou tištěná na hmotném substrátu, tedy noviny, časopisy, letáky, plakáty a další. Termínem „noviny“ označujeme deníky a zpravodajské tiskoviny. Ostatními tištěnými médii jsou „časopisy“. Za obsah, který je vytištěný vždy odpovídá vydavatel. Ministerstvo kultury vede evidenci periodického tisku, z důvodu ochrany práv a právem chráněných zájmů fyzických a právnických osob. Vydavatel, který chce vydat periodický tisk, musí doručit ministerstvu kultury písemné oznámení, které musí obsahovat následující náležitosti: název periodického tisku, četnost jeho vydávání, obsahové zaměření, údaje o regionálních mutacích a název, adresu sídla, identifikační číslo vydavatele, pokud je právnickou osobou. Fyzická osoba musí uvést jméno, příjmení, bydliště a rodné číslo. Pokud je vydavatel živnostník musí uvést obchodní firmu, identifikační číslo a adresu místa podnikání. Pojem „neperiodická publikace“ je název pro veškeré publikace, které jsou rozmnoženiny literárních, uměleckých a vědeckých děl, které jsou určeny k veřejnému šíření.<sup>21</sup>

Tisk se některými profesionály považuje za příjemnější práci než například práce v televizi. Při rozhovoru do tisku není totiž důležité dbát na zevnějšek, dodržovat správnou výslovnost a další. Výhodou tisku je také „tezaurační efekt“, což znamená, že k tištěnému článku či inzerátu se můžeme kdykoli vrátit, kdežto o mluvené slovo v televizi můžeme přijít, protože jsme zrovna nebyli v dosahu.<sup>22</sup>

---

<sup>19</sup> KONČELÍK, J., VEČEŘA, P., ORSÁG, P. *Dějiny českých médií 20. století*. Praha, 2010, s. 68-70.

<sup>20</sup> BEDNAŘÍK, P., JIRÁK, J., KÖPPLOVÁ, B. *Dějiny českých médií: od počátku do současnosti*. Praha, 2011, s. 16.

<sup>21</sup> ROZEHNAL, A. *Mediální právo*. Plzeň, 2015, s. 66-76.

<sup>22</sup> TOMANDL, J. *Jak účinně oslovit média: media relations v podnikání, správě, kultuře i neziskovém sektoru*. Brno, 2011, s. 179.

## 2.4 Rozhlas

Na rozhlas byl kladen značný důraz okupačními orgány, jelikož si od něj slibovaly ovlivnitelnost občanů České republiky. Během okupace musel rozhlas změnit svůj název i organizaci, kdy z Radiojournalu vznikl 10. června 1939 název Český rozhlas. V roce 1942 byl Český rozhlas převzat Říšskou rozhlasovou společností a tím došlo k další reorganizaci, kdy vznikla Vysílací skupina Čechy a Morava.<sup>23</sup>

Na počátku 50. let rozhlas své posluchače vzdělával, bavil, určoval hudební vkus a tím pronikal do každé rodiny. Toto postavení si udržel až do konce 60. let. V říjnu 1959 se rozhlas stal samostatnou organizací.<sup>24</sup>

Český rozhlas upravuje zákon č. 484/1991 Sb., o Českém rozhlasu, ve znění pozdějších předpisů. Český rozhlas je brán jako právnická osoba, která hospodáří s vlastním majetkem. Stát tudíž neodpovídá za závazky Českého rozhlasu a naopak. Český rozhlas nám tedy poskytuje službu veřejnosti, a to tvorbou a šířením různých rozhlasových programů, jak na území naší České republiky, tak i do zahraničí. Český rozhlas má několik hlavních úkolů v oblasti vysílání, kterými jsou:

- a) vysílat objektivní, ověřené a všestranné informace, pro tvorbu vlastních názorů občanů,
- b) rozvíjení kultury v občanech České republiky, ale i v příslušících jiných národností či etnických menšin,
- c) přispět k právní vzdělanosti občanů České republiky,
- d) vysílání především zpravodajských, dokumentárních, sportovních, vzdělávacích, publicistických, dramatických, zábavních a uměleckých pořadů a také pořadů pro děti a mládež,
- e) šíření a také vytváření pořadů pro všechny skupiny obyvatel s ohledem na jejich například náboženské přesvědčení, etnický původ, sociální původ, pohlaví nebo věk.<sup>25</sup>

---

<sup>23</sup> KONČELÍK, J., VEČEŘA, P., ORSÁG, P. *Dějiny českých médií 20. století*. Praha, 2010, s. 100.

<sup>24</sup> KONČELÍK, J., VEČEŘA, P., ORSÁG, P. *Dějiny českých médií 20. století*. Praha, 2010, s. 150.



Český rozhlas je financován především z rozhlasových poplatků, které jsou upraveny zákonem č. 348/2005 Sb., o rozhlasových a televizních poplatcích, ve znění pozdějších předpisů a také příjmem z vlastní podnikatelské činnosti. Rozhlasový poplatek platí fyzická nebo právnická osoba, která vlastní nějaký rozhlasový přijímač.<sup>26</sup>

Jeden z důležitých zdrojů velmi rychlých, praktických informací ale i zábavy je veřejností vnímán právě rozhlas. Do rozhlasu je mnohem jednoduší dostat nějaké téma na rozdíl od tištěných médií.<sup>27</sup>

## 2.5 Televize

Televize zahájila v Čechách své první vysílání 1. května 1953 a moravské vysílání v roce 1955. Nejprve se vysílalo jen několik dní v týdnu a od roku 1958 již každý den. První televizní studio vzniklo v centru Prahy a zůstalo tam až do konce 60. let. Televize byla považována za součást rozhlasu a to až do roku 1957. Zhruba roku 1955 nastal největší zájem obyvatel o vysílání televize a to díky prvnímu přímému sportovnímu přenosu.<sup>28</sup>

Za normalizace se tak z televize stalo nejvlivnější médium díky její rostoucí sledovanosti. V 70. letech nastala velká investice do stavby nového sídla na Kavčích horách. Zahájilo se i vysílání druhého programu a poté i barevné vysílání.<sup>29</sup>

V období rozvoje televize klesá zájem o tištěná média, která začala spíše stagnovat. Pokud docházelo k jejich rozvoji tak především v ohledu zábavní nabídky.<sup>30</sup>

Česká televize podléhá zákonu č. 483/1991 Sb., o České televizi, ve znění pozdějších předpisů. Česká televize je považována za veřejnou organizaci, která poskytuje televizní vysílání a jejím hlavním úkolem je vytváření a šíření televizních programů a to analogově či digitálně. Stejně jako rozhlas i televize je právnickou

---

<sup>25</sup> ROZEHNAL, A. *Mediální právo*. Plzeň, 2015, s. 130.

<sup>26</sup> ROZEHNAL, A. *Mediální právo*. Plzeň, 2015, s. 133-134.

<sup>27</sup> TOMANDL, J. *Jak účinně oslovit média: media relations v podnikání, správě, kultuře i neziskovém sektoru*. Brno, 2011, s. 183.

<sup>28</sup> KONČELÍK, J., VEČEŘA, P., ORSÁG, P. *Dějiny českých médií 20. století*. Praha, 2010, s. 157.

<sup>29</sup> KONČELÍK, J., VEČEŘA, P., ORSÁG, P. *Dějiny českých médií 20. století*. Praha, 2010, s. 238.

<sup>30</sup> BEDNAŘÍK, P., JIRÁK, J., KÖPPLOVÁ, B. *Dějiny českých médií: od počátku do současnosti*. Praha, 2011, s. 282.

osobou, která hospodaří s vlastním majetkem a tudíž stát neodpovídá za závazky České televize a naopak. Hlavní úkoly České televize jsou obdobné jako u Českého rozhlasu.<sup>31</sup>

## 2.6 Internet

Za počátek internetu se považuje leden 1993. V počátku 90. let se rozvíjelo technologické prostředí „World Wide Web“, v němž bylo možné vkládat a vyhledávat nejrůznější informace. První webová stránka byla vytvořena roku 1991 britským počítačovým expertem Timem Berners-Lee. Ten také vytvořil kódování informací pomocí HTML, propojování stránek HTTP a také první webový prohlížeč.<sup>32</sup>

Internetová média postupem času nahrazovala a doplňovala starší média, tedy tisk, rozhlas i televizní vysílání. Začala oslabovat i hudební průmysl a přebírala i jiné funkce, například encyklopedie, které byly roku 2001 nahrazeny založením webové stránky Wikipedia.<sup>33</sup>

Internetová síť se slibně vyvíjela, především pro svou snadnou dostupnost a levný provoz. Tím k sobě rychle přilákala zájem obchodníků. Avšak sebou nesla i nová reálná rizika. Otevřela novou možnost nelegálního jednání (počítačová kriminalita, kyberšikana, webové stránky s dětskou pornografií a mnoho dalších). Druhou nevýhodou internetu se stala sociální nerovnost, spočívající v znevýhodněném postavení těch, kteří k internetu neměli přístup.<sup>34</sup>

Internet je chápán jako médium specifické a technologické. Nabízí se v něm možnost využívání různých produktů, které jsou charakteristicky masová média (například youtube, zpravodajské servery, nebo také veřejně přístupné sociální sítě jako je facebook, twitter a další) a potom také celá řada dalších možností internetu, které jsou blízké soukromé komunikaci jako je e-mail, ICQ, Skype a další. Proto je internet považován za protiklad masových médií.<sup>35</sup>

---

<sup>31</sup> ROZEHNAL, A. *Mediální právo*. Plzeň, 2015, s. 121.

<sup>32</sup> KONČELÍK, J., VEČEŘA, P., ORSÁG, P. *Dějiny českých médií 20. století*. Praha, 2010, s. 359-360.

<sup>33</sup> KONČELÍK, J., VEČEŘA, P., ORSÁG, P. *Dějiny českých médií 20. století*. Praha, 2010, s. 360.

<sup>34</sup> KONČELÍK, J., VEČEŘA, P., ORSÁG, P. *Dějiny českých médií 20. století*. Praha, 2010, s. 360.

<sup>35</sup> BEDNAŘÍK, P., JIRÁK, J., KÖPPLOVÁ, B. *Dějiny českých médií: od počátku do současnosti*. Praha, 2011, s. 18.

Je velice těžké žít současnou dobu bez internetu. Vše se točí kolem něj, vše je na něm dá se říci „závislé“. Internet ovlivnil celý náš život až tak, že se stal nepostradatelnou součástí všech.<sup>36</sup>

Kolem roku 2000 byl internet zkoumán z hlediska důležitosti pro adolescenty, kdy bylo zjištěno, že dávají pořád přednost televiznímu vysílání, ale internet pro ně vyzářoval jistým kouzlem. Během následujících 10. let se to však změnilo a pro teenagery se internet stal primárním sociálním médiem.<sup>37</sup>

Kolem 90. let vznikaly obavy ze závislosti na internetu jako takovém. Lidé na něm trávili mnoho času a ne jedno manželství se tak kvůli tomu rozpadlo. Posléze se však obavy z obecného internetu přesunuly na jednotlivé specifické typy stránek nebo sítí. Nyní se zdá, že obavy ze závislosti se přesunuly od počtu hodin strávených na internetu k povaze aktivit na něm provozovaných, tedy k tomu, co lidé na internetu nejvíce vyhledávají...stahování, komunikace na sociálních sítích a podobně.<sup>38</sup>

Na konci roku 2000 se světovým internetovým fenoménem staly webluky (zkráceně blogy). Definice blogu je „webová stránka“, kterou si většinou spravuje jeden autor. Nedlouho na to však blogování většiny lidí nahradila sociální síť „twitter“.<sup>39</sup>

Původně byl předpoklad, že internetové obchodování (tedy e-obchodování) budou lidé využívat k tomu, aby nakupovali rozumněji a že impulzivní nakupování bude velice vzácné. To se však v roce 2010 změnilo k nepoznání. Dnes najdeme v e-shopech úplně všechno, od aukčních stránek, přes specializované stránky až po základní potraviny a lidé si e-obchodování velice oblíbili.<sup>40</sup>

## 2.7 Mobilní komunikace

Dalším „novým“ médiem jsou mobilní telefony. Telefony mají dlouhou historii, ale do 90. let 20. století vypadali spíše jako cihly, byly těžké, velké, nevzhledné a velice drahé. Do konce 90. let se funkce mobilních telefonů o moc nelišily oproti zavedené

---

<sup>36</sup> GILES, D. *Psychologie médií*. Praha, 2012, s. 141.

<sup>37</sup> GILES, D. *Psychologie médií*. Praha, 2012, s. 143-144.

<sup>38</sup> GILES, D. *Psychologie médií*. Praha, 2012, s. 144.

<sup>39</sup> GILES, D. *Psychologie médií*. Praha, 2012, s. 146.

<sup>40</sup> GILES, D. *Psychologie médií*. Praha, 2012, s. 146-147.

pevné lince. Po tomto období se však jako přes noc celá mobilní komunikace změnila k nepoznání. Dnešní mobilní telefony jsou malé, lehké, designově velice hezké a cenově dostupné. Nejprve se mobilní telefony používaly spíše na cestách a podobně. Postupem času se značně oblíbily i jejich další funkce a to především používání sms (textování). Už v roce 2006 bylo mobilní textování u mládeže, více populárnější, než mobilní telefonování. Velice oblíbenými se staly i další funkce, jako například vestavěný fotoaparát, kamera, přístup k internetu a také k e-mailu.<sup>41</sup>

Mobilní telefony jako masmédiá se nejprve velice netypicky uchytili v Asii a Evropě a až poté v Americe. Zbytkem světa se následně šířily rychlostí světla.<sup>42</sup>

Mobilní telefony a telefony pevné linky mají mnoho společného. Vznikly na stejném principu, tedy dovolat se někomu. Avšak mobilní telefony měli několik funkcí navíc a v současnosti jde vývoj této technologie zběsile rychlým způsobem vpřed. Zcela jistě největší výhodou mobilního telefonu je, že nejsou omezeny na jedno místo jako pevné linky. Mobilní telefon je součástí svého majitele. Není to tedy věc v domácnosti, ale spíše věc osobní, ke které si můžeme vytvořit emocionální vztah.<sup>43</sup>

V druhé kapitole této bakalářské práce, jsme si vysvětlili, co znamená pojem „médiá“. Popsali jsme si funkce médií a také jsme si médiá rozdělili do několika kritérií. Následně jsme si podrobněji popsali tiskoviny, rozhlas, televizi, internet a mobilní komunikaci, kde jsme se dozvěděli něco málo o historii těchto médií až po jejich současnost. V následné kapitole si rozebereme vliv médií na děti a mládež, který je jak pozitivní, tak bohužel i negativní.

---

<sup>41</sup> GILES, D. *Psychologie médií*. Praha, 2012, s. 154-155.

<sup>42</sup> GILES, D. *Psychologie médií*. Praha, 2012, s. 155.

<sup>43</sup> GILES, D. *Psychologie médií*. Praha, 2012, s. 155.

### 3 Vliv médií

Vliv médií je bezpochyby na každého jedince, tedy na dospělé, děti a mládež, ale i na celou společnost jako takovou, značně silný a považuje se za velice mocný. Jelikož u pojmů jako dítě či mládež je v některých právních odvětvích rozdíl, nejprve si je v této kapitole osvětlíme. Následně si zde uvedeme několik typů účinků médií a pokusíme se je i srozumitelně vysvětlit. Dále si zde nastíníme několik příkladů pozitivních, ale i negativních vlivů médií na každého z nás. V neposlední řadě si uvedeme něco málo o mediální výchově jak ve škole, tak i v rodině a bude zde také zmínka o Radě pro rozhlasové a televizní vysílání „RRTV“.

Dítě chápeme jako potomka rodičů. Je to člověk v první etapě svého života. V rodinném právu, které upravuje zákon č. 89/2012 Sb. občanský zákoník, vyplývá z § 30, že dítě je osoba, která nedovršila osmnáctého roku věku a není tedy zletilá.<sup>44</sup> V zákoně č. 90/2009 Sb. trestní zákoník v § 126 je dítě definováno jako osoba mladší osmnácti let, pokud zákon nestanoví jinak.<sup>45</sup> V zákoně č. 218/2003 Sb. o soudnictví ve věcech mládeže v § 2 je dítě formulováno jako osoba mladší patnácti let a mladiství jako osoba, která dovršila patnáctý rok a nepřekročila osmnáctý rok svého věku.<sup>46</sup>

Jednou ze základních otázek je, jakým způsobem média ovlivňují společnost. Ze zkušeností je však působení médií těžko vyvratitelné či dokazatelné, jelikož veškeré úvahy o vlivu médií se zakládají na nepřímých dokladech a často mívají spekulativní charakter. I přes tyto skutečnosti jsou ale média velice důležitou součástí společnosti jako celku i součástí každodenního života každého jedince.<sup>47</sup>

Je bezpochyby, že média mají značný podíl na tom, jak si organizujeme každodenní rozvrh života. Často nás média doprovází již od probuzení. Ráno nás budí například rádio-budík, následně si u snídaně přečteme pár sloupků z časopisu, cestou

---

<sup>44</sup> ČESKO. Zákon č. 89/2012 Sb. Občanský zákoník. In: Sběrka zákonů, Česká republika 2012, částka 33, s. 1029.

<sup>45</sup> ČESKO. Zákon č. 40/2009 Sb. Trestní zákoník. In: Sběrka zákonů, Česká republika 2009, částka 11, s. 382.

<sup>46</sup> ČESKO. Zákon č. 218/2003 Sb. Zákon o soudnictví ve věcech mládeže. In: Sběrka zákonů, Česká republika 2009, částka 79, s. 4030.

<sup>47</sup> JEŽEK, V., JIRÁK, J. *Média a my*. Praha, 2014, s. 109.

do práce si v automobilu zapneme rádio, v práci si na internetu sjedeme různé novinky či sociální sítě a večer po návratu ze zaměstnání si rádi v klidu shlédneme nějaký zajímavý televizní pořad. Tyto veškeré činnosti s médii „v zádech“ tedy ovlivňují celý náš den a vnímání, ale nejen to. Média mohou částečně působit i na naše postoje a chování, a to ať už pozitivně či negativně.

### 3.1 Účinky médií

Je jasné, že existuje mnoho účinků médií, které působí na jedince dospělého, dítě či mládež, ale i na celou naši společnost. Některé účinky, které se předpokládají, se opírají o jistoty a jiné jsou spíše pouhými domněnkami. Mezi ty účinky opírající se o jisté zázemí patří zejména:

1. Zesilující účinek – když média nějaké události věnují více pozornosti, zvyšuje se tím v krátkodobé někdy i střednědobé době její důležitost.
2. Zpětný účinek – občas může přítomnost médií u nějaké události či situace ovlivnit průběh této situace.
3. Potvrzující účinek – nějaký jedinec si o nějaké situaci něco myslí, média to poté potvrdí a jedince to ovlivní natolik, že to přijme za skutečnou pravdu.
4. Trivializace – některá média bývají obviňována z redukce složitých témat jen proto, že jejich hlavním úsilím je upoutat pozornost uživatelů.
5. Znecitlivění – má se za to, že neustále vystavování se emocionálně vzrušivým věcem (například násilí ve filmu) zapříčiňuje se tím zvyklost na tyto vzrušivé věci a uživatel má potřebu vyhledávat stále více násilné filmy.
6. Nastolování agendy – média neovlivňují jen myšlenky jedinců, ale i to jak o těchto myšlenkách uvažují a to těmito účinky:
  - a) Lavinový účinek – tento účinek potvrzuje domněnku, že se média značným způsobem podílejí na konstruování sociální reality.

- b) Spací efekt – jedná se o rozdíl mezi okamžitým negativním o pozdějším pozitivním vnímáním určité informace. Zjednodušeně řečeno pokud se jedinci nějaká informace nelíbí jen pro to, kdo ji interpretuje, může nastat odmítnutí této informace. Následně však zhruba za měsíc jedinec na tyto negativní vjemy zapomíná a zůstává jen dojem pozitivní, který je spojen pouze s tou danou informací nikoli interpretem.
- c) Bumerangový efekt – nějaký nabízený mediální produkt, který vyvolá bohužel opačný účinek, než pro který byl vytvořen.
- d) Katarze – dnes je tento pojem využíván jako „citové uvolnění“ například zhlédnutím filmové komedie. Jedinec se u takového programu citově uvolní.
- e) Sekundární viktimizace – je proces, během kterého se oběť trestného činu stane obětí ještě jednou právě po vysílání této nepříjemné události v médiích. Například jím může být znásilnění.
- f) Nápodoba – neustálé znázorňování sociálně negativních jevů například v televizních filmech vlastně „učí“ jak ten či onen skutek správně provést.<sup>48</sup>

### 3.2 Pozitivní a negativní vliv

Média mají jednoznačně mnoho kladných vlastností, které nás pozitivně ovlivňují. Jako první pozitivum médií si můžeme uvést rozšiřování pohledu a povědomí o celém světě. I když se nám občas zdá, že nás zpravodajství ohlupuje, pořád toho o světě víme více, než lidé několik století před námi. Za další pozitivní vliv je považováno zprostředkování různých jinak těžko dostupných či nevšedních zážitků. Už jen například zhlédnutí sportovního utkání. Jako poslední pozitivní vliv si uvedeme

---

<sup>48</sup> JIRÁK, J., KÖPPOVÁ, B. *Média a společnost: stručný úvod do studia médií a mediální komunikace*. Praha, 2007, s. 180-184

značnou podporu lidské gramotnosti, což je bezpochyby velice důležitý a prospěšný účinek médií.<sup>49</sup>

Veškeré výzkumy, které se týkají pozitivních vlivů médií, bohužel trochu zaostávají za výzkumy těch negativních vlivů, avšak dvě studie přece jen existují. První studie se zabývá užitečnými účinky pozitivních souhrnů linie médií (například prosociálních seriálů) a studie druhá se zabývá přímými a jasnými účinky výchovné intervence pomocí médií.

Definice prosociálního chování je chápána jako široká kategorie činů, která jsou vnímána jako prospěšná pro druhé.<sup>50</sup>

Jedna ze starších statistických analýz účinků prosociálních médií zjistila, že tyto vlivy mají o mnoho delší životnost oproti účinkům antisociálním. Antisociální účinky jsou záporné účinky například násilí, kriminalita a další. Avšak novější statistická analýza uvádí, že celkový účinek prosociálních médií (tedy těch dobrých) není o mnoho více než u těch antisociálních (špatných).<sup>51</sup>

Celá desetiletí se výzkumníci zabývají otázkami typu: „Mohou nás média pozitivně či negativně ovlivnit? A jak?“ Od počátků televizního vysílání začaly být obavy ohledně znázorňování násilí a zločinu ve filmech. Za zkoumání všech účinků takovýchto filmových programů bylo vynaloženo mnoho milionů dolarů. Dnes už je však k dispozici o mnoho více výzkumů, které trochu poukazují na to, že sledování násilí v televizních pořadech a filmech je spojeno s agresivním chováním a dokonce i takové chování může vyvolat.<sup>52</sup>

Nežádoucích tedy negativních vlivů je uváděno více než těch pozitivních. Prvním takovým negativním účinkem může být podpora citové lhostejnosti vůči společensky nepřijatelným jevům. Zjednodušeně řečeno čím více násilí ve filmu, tím více narůstá citový nezájem lidí tedy i mládeže na takovéto činy. Za další negativní vliv se považuje podpora nabádání k napodobování toho, co nám média ukazují, mohou v nás také vyvolávat pocity strachu, obav či úzkosti. Dále je uváděna jako negativní vliv

---

<sup>49</sup> JEŽEK, V., JIRÁK, J. *Média a my*. Praha, 2014, s. 110.

<sup>50</sup> GILES, D. *Psychologie médií*. Praha, 2012, s. 49.

<sup>51</sup> GILES, D. *Psychologie médií*. Praha, 2012, s. 48.

<sup>52</sup> GILES, D. *Psychologie médií*. Praha, 2012, s. 35.



podpora spotřebního chování, což může ovlivnit ekologii společnosti. Média nás také negativně otupují či v nás potlačují představivost a kreativitu. Co se týče síťových médií, u těch je považováno za negativní vliv snižování schopnosti navazovat nové kontakty a komunikaci s živými lidmi. I když přes sociální sítě se s živými lidmi komunikuje, chybí zde osobní kontakt, což může mít postupem času vliv právě na výše zmiňovanou schopnost navázat kontakt s osobou přímo osobně.<sup>53</sup>

Jakýmkoli pokusem o kontrolu či ovládnutí médií, se dává najevo, že média jsou považována za velmi silná a schopná rozšiřovat mezi uživateli různé myšlenky a představy.<sup>54</sup>

Od počátku 20. století začalo docházet k osamostatnění rozčlenění a rozvinutí systematického empirického výzkumu mediálních účinků, který formuloval a ověřoval různé teorie, které se týkali předpokládaných vlivů.<sup>55</sup>

Linie vedená k celkovému pohledu na hypotetické účinky médií na jednotlivce byla doprovázena několika vývojovými fázemi:

1. Fáze – začala v 1. desetiletí 20. století a sahala až do přelomu 20. a 30. let. Tato první fáze není podložena výzkumem a vyznačuje se přesvědčením o velmi mocných médiích a vizi o tom, že uživatelé jsou prakticky bezmocní a pokud jsou vystaven mediálnímu působení, budou na tento podnět reagovat skoro stejným způsobem. Tomuto období se proto začalo říkat „teorie magické střely“, „teorie očkování“ či „teorie podkožní injekce“.
2. Fáze – se odehrávala od 30. let do zhruba 60. let 20. století. Byla to etapa značného rozvoje empirického výzkumu. Společnost se najednou nejeví jako ta bezmocná množina jednotlivců, která nemá kam se schovat před nátlakem mocných médií, nýbrž jako organizace jedinců, kteří jsou součástí různých propojených skupin, které jsou vzájemné interakci, a tím eventuálně značně účinky a vlivy médií omezují. Tato fáze se z hlediska síly označovala jako fáze „omezené účinky médií“ či „selektivní vlivy médií“.

---

<sup>53</sup> JEŽEK, V., JIRÁK, J. *Média a my*. Praha, 2014, s. 110.

<sup>54</sup> JIRÁK, J., KÖPPOVÁ, B. *Média a společnost: stručný úvod do studia médií a mediální komunikace*. Praha, 2007, s. 154.

<sup>55</sup> JIRÁK, J., KÖPPOVÁ, B. *Média a společnost: stručný úvod do studia médií a mediální komunikace*. Praha, 2007, s. 160.

3. Fáze – spadala do období 70. let 20. století a byla vyznačována jako návrat k mocným médiím. Tato etapa byla typická svým zájmem o hledání vlivu médií na celou společnost, její strukturu a také dynamiku vývoje. Více se uvažovalo o dlouhodobém a nepřímém vlivu médií. Tyto úvahy byly ovlivněny zkoumáním různých postupů, kterými se jednatelce začleňuje do společnosti. Někteří vědci se začali domnívat, že na socializaci jedince do celkové společnosti se značným způsobem podílela právě média a to tím, že poskytovala každému jedinci mnoho informací a rad.
4. Fáze – začínala na přelomu 70. a 80. let 20. století. Podobně jako u fáze 3. je i 4 fáze vnímána jako mocná média, avšak s tím rozdílem, že uživatelé už nejsou ti bezmocní, nýbrž aktivní a tudíž média jsou sice mocná, ale také zmírňovaná.<sup>56</sup>

### 3.3 Vliv televize na děti a mládež

Televize je považována za nejsledovanější médium již od počátků vysílání. Také má na každého jedince značný vliv a především na naše děti a mládež. Tvrdí se, že první 2 roky našich nejmladších jsou rozhodující pro rozvoj jejich mozku. Má se za to, že malé děti by se s televizí a ostatními technologickými médii měly setkávat jen zřídka a to jen formou hry, učení, zkoumání, což napomáhá rozvíjení vztahů a komunikaci mezi dítětem a rodiči a to podporuje zdravý sociální a fyzický vývoj dítěte.<sup>57</sup>

Denní doporučená dávka sledování televize u dítěte staršího 2 let jsou nanejvýš 2 hodiny. U dítěte mladšího se sledování televize nedoporučuje vůbec. Bohužel, většina dětí se do televizních obrazovek zakoukají již dříve, než jim začíná povinná školní docházka. Uvádí se, že zhruba dvě třetiny batolat a kojenců sledují obrazovky televizorů v průměru 2 hodiny denně a děti a mládež ve věku mezi 8 – 18 lety sledují televizi

---

<sup>56</sup> JIRÁK, J., KÖPPOVÁ, B. *Média a společnost: stručný úvod do studia médií a mediální komunikace*. Praha, 2007, s. 161-168.

<sup>57</sup> Zdraví – nemoc. *Magazín o zdraví, nemocech, hubnutí, dietě, bylinkách a diskuzní forum*. [online]. 2017 [cit. 2017-02-28]. Dostupné z WWW: <<http://www.zdravi-nemoc.cz/jaky-vliv-ma-televize-na-vase-dite>>.

už téměř 4 hodiny denně a poté ještě zhruba 2 hodiny tráví ve společnosti počítače a různých videoher.<sup>58</sup>

Sledování televize tedy značně ovlivňuje děti již od narození a to jak pozitivně, tak i bohužel negativně. Samozřejmě „zdravé“ sledování televizních obrazovek má své výhody, například předškoláci se v různých naučných programech mohou naučit třeba abecedu, školáci se zase mohou dozvědět z dokumentárních pořadů něco více o zvířatech a další. Avšak přes tyto pozitiva může být nadměrné sledování obrazů v televizi vážně škodlivé. Říká se, že děti, které tráví u televizoru 4 hodiny a více, budou mít s největší pravděpodobností sklony k obezitě. Jiné děti sledující například násilné programy zase mohou vykazovat sklony k agresivnímu chování.<sup>59</sup>

Z těchto důvodů je proto zapotřebí, aby rodiče sledovali charakter sledovaných programů a nastavila zde jasná a srozumitelná pravidla. Také se považuje za důležité, aby si rodiče s dětmi povídali o tom, co v televizi vidí a vše čemu nerozumí, jim dokázali vysvětlit. A pokud už rodiče nechtějí, aby byla televize neustále v chodu, měli by najít nějakou alternativu, například hraní společenských her.<sup>60</sup>

### **3.4 Vliv internetu a mobilní komunikace na děti a mládež**

Pořád platí, že sledování televizních obrazovek patří k nejvíce využívaným médiím právě dětmi a mládeží, avšak poslední desetiletí nahrazují televizi v životě mladých lidí nová síťová média jakou je internet či mobilní komunikace.<sup>61</sup>

Podle celoevropského výzkumu se věk uživatelů internetu stále více snižuje. Průměrný věk dítěte v Evropě, které začíná používat internet je pouhých 9 let a v naší České republice je to ještě o rok méně tedy 8 let. Z výzkumu také vyplývá, že průměrná

---

<sup>58</sup> Zdraví – nemoc. *Magazín o zdraví, nemocech, hubnutí, dietě, bylinkách a diskuzní forum*. [online]. 2017 [cit. 2017-02-28]. Dostupné z WWW: <<http://www.zdravi-nemoc.cz/jaky-vliv-ma-televize-na-vase-dite>>.

<sup>59</sup> Zdraví – nemoc. *Magazín o zdraví, nemocech, hubnutí, dietě, bylinkách a diskuzní forum*. [online]. 2017 [cit. 2017-02-28]. Dostupné z WWW: <<http://www.zdravi-nemoc.cz/jaky-vliv-ma-televize-na-vase-dite>>.

<sup>60</sup> Zdraví – nemoc. *Magazín o zdraví, nemocech, hubnutí, dietě, bylinkách a diskuzní forum*. [online]. 2017 [cit. 2017-02-28]. Dostupné z WWW: <<http://www.zdravi-nemoc.cz/jaky-vliv-ma-televize-na-vase-dite>>.

<sup>61</sup> ŠEBEŠ, M. *Děti a mládež v kyberprostoru*. [online]. 2017 [cit. 2017-02-28]. Dostupné z WWW: <<http://www.mediapodlupou.cz/lekce/deti-a-mladez-v-kyberprostoru>>.

doba strávená na internetu dětmi a mládeží je 1,5 – 2 hodiny denně. Z mnoha dalších výzkumů vychází, že čas trávený dětmi na internetu, se začíná rovnat času trávenému u televize. Internet ale začal být pro naši mládež mnohem podstatnějším médiem, jehož absenci by snášeli mnohem hůře, než kdyby byli bez televize.<sup>62</sup>

Aktivít, kterým se teenageři na internetu věnují, je široká škála. Nejvíce děti internet využívají pro školní práce, hraní her či sledování videoklipů. Následně převažují sociální sítě, publikace obrázků na webu, sdílení zpráv či užívání webkamer a pouhých 11% dětí vytváří svoje vlastní blogy.<sup>63</sup>

Německý badatel Uwe Hasebrink dle svého průzkumu vytvořil šest uživatelských typů online světa:

1. „Málo riskující nováčci“ – děti trávící na internetu mnohem méně času a spektrum jejich aktivit je velice úzký.
2. „Mladí networkeři“ – děti mající vyšší zájem o internet, kdy převládají sociální sítě.
3. „Umírnění uživatelé“ – děti trávící na internetu podobně stejně času jako mladí networkeři, ale mají širší spektrum aktivit a sociální sítě používají spíše zřídka.
4. „Riskující průzkumníci“ – děti věnující se internetu 2 hodiny denně a s největší škálou různých činností s rizikovým obsahem (například sdílení zpráv, vytváření blogů a další)
5. „Intenzivní hráči“ – děti trávící na internetu nejvíce času až 3 hodiny denně hraním nejrůznějších her.
6. „Zkušení networkeři“ – tuto skupinu tvoří především dívky, které takřka vůbec hrají online hry, ale spíše tráví čas na sociálních sítích.<sup>64</sup>

---

<sup>62</sup> ŠEBEŠ, M. *Děti a mládež v kyberprostoru*. [online]. 2017 [cit. 2017-02-28]. Dostupné z WWW: <<http://www.mediapodlupou.cz/lekce/deti-a-mladez-v-kyberprostoru>>.

<sup>63</sup> ŠEBEŠ, M. *Děti a mládež v kyberprostoru*. [online]. 2017 [cit. 2017-02-28]. Dostupné z WWW: <<http://www.mediapodlupou.cz/lekce/deti-a-mladez-v-kyberprostoru>>.

<sup>64</sup> ŠEBEŠ, M. *Děti a mládež v kyberprostoru*. [online]. 2017 [cit. 2017-02-28]. Dostupné z WWW: <<http://www.mediapodlupou.cz/lekce/deti-a-mladez-v-kyberprostoru>>.

Motivace k používání internetu dětmi a mládeží je velice rozsáhlá. Ti mladší děti používají internet pro zábavu a odreagování se, nebo tako pro učení a získávání nových informací. Starším dětem navíc internet slouží k hledání vlastní identity, navazují nové intimní kontakty a hledají sociální skupiny, ve kterých se cítí dobře a to vše probíhá v izolaci od své vlastní rodiny a především od rodičů.<sup>65</sup>

Mezi pedagogy se utvářely představy, že díky počítačům a jiným technologiím nastanou nové možnosti učení, že se bude rozvíjet přirozená touha dětí poznávat nové věci a že se bude například rozvíjet kreativita dětí. Jiní badatelé však byli proti a obávali se špatného vlivu těchto nových technologií, které počínají od šíření negativních příkladů chování, přes špatné studijní výsledky až po antisociální účinky spočívající například v rozpadu mezilidských kontaktů.<sup>66</sup>

V posledních letech však rizika spojená s internetem nabývají na významu a největší pozornost se věnuje:

1. Kyberšikana – zneužití moderní technologie s cílem ublížit jiné osobě (často je spojována se školskou půdou).
2. Kyberstalking – kybernetické pronásledování (obtěžování přes SMS, e-maily a další).
3. Kybergrooming – internetová manipulace dětí, snaha vytvořit s dítětem důvěrný vztah a přesvědčit jej o osobní setkání s cílem sexuálního obtěžování.
4. Sexting – rozšiřování fotografií či videozáznamů se sexuálním obsahem.<sup>67</sup>

Tyto výše zmíněná rizika jsou sice nejzásadnější a nejsledovanější, ale nejsou jediná. Dalšími mohou být například závislost na internetu, nakládání s osobními údaji

---

<sup>65</sup> ŠEBEŠ, M. *Děti a mládež v kyberprostoru*. [online]. 2017 [cit. 2017-02-28]. Dostupné z WWW: <<http://www.mediapodlupou.cz/lekce/deti-a-mladez-v-kyberprostoru>>.

<sup>66</sup> ŠEBEŠ, M. *Děti a mládež v kyberprostoru*. [online]. 2017 [cit. 2017-02-28]. Dostupné z WWW: <<http://www.mediapodlupou.cz/lekce/deti-a-mladez-v-kyberprostoru>>.

<sup>67</sup> ŠEBEŠ, M. *Děti a mládež v kyberprostoru*. [online]. 2017 [cit. 2017-02-28]. Dostupné z WWW: <<http://www.mediapodlupou.cz/lekce/deti-a-mladez-v-kyberprostoru>>.

na sociálních sítích (facebook, twitter...), nebo také šíření poplašných či falešných zpráv – tzv. hoaxů.<sup>68</sup>

Internet je tedy bezpochyby nebezpečný, ale může naše děti ovlivnit i pozitivně. Vše záleží na zázemí rodiny, na způsobu výchovy, na komunikaci mezi dětmi a rodiči a na času stráveném na těchto technologiích.<sup>69</sup>

Mobilní komunikace v dnešní době patří bezpochyby k velice rozsáhlému médiu stejně jako televize a internet. Většina již malých dětí umějí používat mobilní telefony mnohem lépe, než jejich rodiče. Díky mobilním telefonům s mobilními daty, umí děti surfovat po internetu, chatovat nebo posílat fotky a videa či používat další různé funkce, které tato technologie nabízí. V současné době přibývá dětí na základních školách, kteří vlastní svůj mobilní telefon. Jaký je ale možný negativní vliv, který mobilní komunikace bezpochyby na děti mají, už ale většina z nás moc neřeší. Především z těch důvodů, že některé rodiče to buď vůbec nenapadne, nebo prostě jen v dnešní uspěchané době nemají čas. Avšak kontrola dětí, co na mobilních telefonech dělají, by se neměla podceňovat, a to především z bezpečnostních důvodů. Vždyť děti pomocí takové technologie, která nabízí nespočet možností chatování, surfování se vystavují možnému nežádoucímu riziku. Veškeré chaty, messengery umožňují dětem výměnu osobních dat s lidmi, které nikdy v životě neviděli, a tak se mohou stát potencionálními oběťmi trestných činů jako je: kybersikana, kyberstalking a další. Toto si však děti vůbec neuvědomují, proto je důležitá výše zmiňovaná kontrola jejich rodiči a také nastavená jasná pravidla týkající se používání mobilních komunikací. Mnoho lidí se spíše domnívá, že mobilní telefony ovlivňují děti především po zdravotní stránce. Takové tvrzení však není vědecky podloženo. Odborníci, kteří se tomuto tématu věnují, se jednoznačně neshodují. Jediné, co se potvrdilo je, že záření z mobilních telefonů může zahřívát tkáň v našem těle. Ostatní zdravotní rizika se zkoumají v různých studiích, avšak prozatím nejsou známi žádné jednoznačné výsledky.<sup>70</sup>

---

<sup>68</sup> ŠEBEŠ, M. *Děti a mládež v kyberprostoru*. [online]. 2017 [cit. 2017-02-28]. Dostupné z WWW: <<http://www.mediapodlupou.cz/lekce/deti-a-mladez-v-kyberprostoru>>.

<sup>69</sup> ŠEBEŠ, M. *Děti a mládež v kyberprostoru*. [online]. 2017 [cit. 2017-02-28]. Dostupné z WWW: <<http://www.mediapodlupou.cz/lekce/deti-a-mladez-v-kyberprostoru>>.

<sup>70</sup> ZDRAVÍ A MOBIL, *Vliv mobilních telefonů na děti*. [online]. 2017. [cit. 2017-03-04]. Dostupné z WWW: <<http://zdraviamobil.cz/cs/node/124>>.

### 3.5 Mediální výchova

Mediální výchova je poměrně nové téma v České republice a je zapojena do školských zařízení zhruba od roku 2006. Podobu, formu, rozsah a styl vyučování mediální výchovy si určují školy samy.<sup>71</sup>

Mediální výchovou nebo také gramotností rozumíme především schopnosti a dovednosti dětí posoudit smysl textů, dialogů či situací a umět se vyznat ve světě médií.<sup>72</sup>

Pedagogové usilují o to, aby děti uměli rozpoznat, jaká média jsou bulvár a naopak jaká jsou seriózní zpravodajství. Snaží se studenty naučit, aby uměli vyhledávat správné informace, aby uměli kriticky přemýšlet a uvažovat a aby uměli obhájit svoje názory.<sup>73</sup>

Rodina se považuje za primární skupinu v socializaci dítěte do společnosti. Je tedy nejdůležitější sociální skupinou v životě dítěte. Dalšími znaky rodiny je pocit sounáležitosti, skupinová identita, společné normy a vytváření skupinových rolí a struktur. Každý jedinec se však začleňuje do více sociálních skupin. Rodina je ta nejdůležitější, poté to může být skupina spolužáků, přátel či spolupracujících.<sup>74</sup>

Rodina tedy utváří a zajišťuje socializaci tedy začlenění dětí do společnosti. Veškeré takto získané zkušenosti jsou pro dítě nesmazatelné a později i špatně změnitelné. Rodina má v socializaci dítěte 4 základní funkce: výchovná, biologická, ekonomická a emoční.<sup>75</sup>

Jak jsme již uvedli, média jsou součástí každé rodiny a její interakce a za nejsledovanější médium se považuje televize a po sléze internet. Sledování televize společně celou rodinou může mít jak pozitivní tak i negativní vlastnosti. Mezi

---

<sup>71</sup> DUDEK, D. *Mediální výchova – Pár slov na úvod*. [online]. 2010 [cit. 2017-02-28]. Dostupné z WWW: <<http://www.ctenarska-gramotnost.cz/medialni-vychova/medialni-vychova-par-slov-na-uvod>>.

<sup>72</sup> DUDEK, D. *Mediální výchova – Pár slov na úvod*. [online]. 2010 [cit. 2017-02-28]. Dostupné z WWW: <<http://www.ctenarska-gramotnost.cz/medialni-vychova/medialni-vychova-par-slov-na-uvod>>.

<sup>73</sup> BENEŠOVÁ, P. *Nový předmět v českých školách - mediální výchova*. [online]. 2007 [cit. 2017-02-28]. Dostupné z WWW: <<http://archiv.ihned.cz/c1-22236650-novy-predmet-v-ceskych-skolach-medialni-vychova>>.

<sup>74</sup> SLOBODA, Z. *Mediální výchova v rodině: postoje, nástroje, výzvy*. Olomouc, 2013. s. 19-20.

<sup>75</sup> SLOBODA, Z. *Mediální výchova v rodině: postoje, nástroje, výzvy*. Olomouc, 2013. s. 21-22.

ty pozitivní je společně strávený čas u televize a kontexty komunikace, ale naopak ty negativní mohou vést k rozpadu rodinných vztahů a rutin například tím, že každý chce koukat na něco jiného a vznikají tak hádky.<sup>76</sup>

Televizní sledování tedy vstupuje do všech rodin a využívají se především pro zábavu a relaxaci. Dalším médiem, jako jsou mobilní komunikace, mohou například rodičům sloužit pro kontrolu svých dětí, když jsou mimo domov a dětem slouží k zapadnutí do určité skupiny třeba spolužáků. Specifické mediální obsahy zase mohou dětem poskytovat návody na sexuální chování a další. V každém případě záleží na pojetí rodičů, na jejich výchově, pravidlech, citového vnímání a pravidlech.<sup>77</sup>

### **3.6 Rada pro rozhlasové a televizní vysílání**

Rada pro rozhlasové a televizní vysílání (RRTV) je ústřední orgán státní správy, která má na starosti mnoho úkolů, mezi které patří například:

- Vykonávání státní správy v oblasti rozhlasu a televize a převzatého vysílání v oblasti audiovizuálních a mediálních služeb na vyžádání poskytovaných dle zákona č. 132/2010 Sb.,
- Dohlížení na programové nabídky a informace ve vysílání a převzatého vysílání,
- Starost o obsahovou nezávislost vysílání,
- Kontrola dodržování veškerých právních předpisů, které se týkají vysílání, registrace...,
- Vydávání, odnímání, či měnění licence k provozování vysílání,
- Vedení evidence provozovatelů vysílání a převzatého vysílání,
- Ukládání sankcí a mnoho dalších.<sup>78</sup>

---

<sup>76</sup> SLOBODA, Z. *Mediální výchova v rodině: postoje, nástroje, výzvy*. Olomouc, 2013. s. 22-23.

<sup>77</sup> SLOBODA, Z. *Mediální výchova v rodině: postoje, nástroje, výzvy*. Olomouc, 2013. s. 23-24.

<sup>78</sup> RADA PRO ROZHLASOVÉ A TELEVIZNÍ VYSÍLÁNÍ, *Poslání rady*. [online]. 2017 [cit. 2017-02-24]. Dostupné z WWW: <<http://www.rrtv.cz/cz/static/o-rade/poslani-rady/index.htm/>>.



RRTV si každý rok stanovuje několik priorit, kterými se v průběhu roku zabývá. Pro rok 2016 bylo stanoveno 10 priorit, ale my zde uvedeme jen dvě priority a jejich vyhodnocení, které se týkají našeho tématu.

1. Priorita – Ochrana dětí před negativními dopady vysílání

- Tato priorita je jednou z hlavních cílů RRTV. V roce 2016 bylo zjištěno, že oproti letům minulým, došlo k výraznému zlepšení situace tím, že k zařazení programů a jejich upoutávek, které by mohly ohrozit či narušit psychický, fyzický anebo mravní vývoj dětí a mládeže, došlo jen ve výjimečných případech.

2. Priorita – Kybernetická bezpečnost

- V oblasti kybernetické bezpečnosti jsou vydány základní opatření a rada pro rozhlasové a televizní vysílání předpokládá jejich rozšiřování a zároveň i zdokonalování znalostí této problematiky. Hlavním cílem kybernetické bezpečnosti je nasazení nástroje na sledování a vyhodnocování síťového provozu. Během roku 2016 proběhla analýza z pohledu zákona č. 181/2014 Sb., o kybernetické bezpečnosti. Na základě zjištěných údajů z této analýzy byla přijata opatření a doporučení k úpravě interních předpisů RRTV. Hlavní cíl, kterým bylo nasazení nástroje pro sledování a vyhodnocování síťového provozu, byl přijat a zaveden.<sup>79</sup>

---

<sup>79</sup> RADA PRO ROZHLASOVÉ A TELEVIZNÍ VYSÍLÁNÍ, *Priority rady*. [online]. 2017 [cit. 2017-02-24]. Dostupné z WWW: <<http://www.rrtv.cz/cz/static/o-rade/priority-rady/index.htm/>>.

## 4 Dotazníkové šetření

Ve svém průzkumném projektu jsem se zaměřil na to, jaká média nejvíce zasahují do života dětí a mládeže. Výsledkem mého průzkumu bylo zhodnocení, z jakých médií nejčastěji čerpají středoškolští studenti informace, kterým médiím nejvíce věří, jak často sledují různé druhy médií, zda si získané informace z jednoho média ověřují i v jiném zdroji, k čemu nejčastěji média využívají, zda mají profil na sociální síti, zda měli ve výuce předmět mediální výchova a zda je nějakým způsobem pozitivně či negativně ovlivňují, popřípadě jakým způsobem. Vzhledem k tomu, že média ovlivňují jednotlivce i celou společnost skoro ve všech činnostech, rozhodl jsem se průzkum zaměřit na obecný vliv médií na děti a mládež.

Jako metodu průzkumu jsem zvolil dotazník, který je asi nejvíce užívaným sociálním měřítkem. Oproti ostatním technikám metodologického výzkumu má dotazník několik předností. Mezi ty nejdůležitější patří vysoká efektivnost, snadné oslovení celkem velké skupiny respondentů, kteří odpovídají daným kritériím a tématu bakalářské práce. Další obrovskou výhodou je, že potřebné informace se dají získat v krátkém časovém úseku, bez velkých finančních nákladů. Nevýhodou dotazníkového průzkumu je možná neochota respondenta k vyplnění dotazníku, uvedení nepravdivých odpovědí, nebo možný stereotyp ve volbě odpovědi.<sup>80</sup>

Dotazník byl určen pro studenty středních škol ve věku 15. až 19. let v rakovnickém regionu a to: Gymnázium Zikmunda Wintra Rakovník, náměstí Jana Žižky, 269 01 Rakovník, Střední zemědělská škola Rakovník, Pražská 1222, 269 01 Rakovník, Masarykova obchodní akademie Rakovník, Pražská 1222, 269 01 Rakovník. Dotazníky byly do středních škol doručeny osobně na sekretariát škol, kde bylo domluveno, že dotazníky budou rozdány náhodně vybraným studentům odpovídající kritériu respondentů. Vyplněné dotazníky byly po týdnu osobně vyzvednuty na sekretariátu škol. Tím se zvýšila návratnost oproti tomu, kdyby měly být dotazníky zaslány zpět pomocí internetu, nebo pošty.

---

<sup>80</sup> PÁNA, L. SOMR, M. *Metodologie a metody výzkumu*. České Budějovice, 2007, s. 25-26.

Vyplnění dotazníku trvá maximálně 10 minut, je takto sestaven, aby respondenty časově nezatěžoval a neunavoval. Dotazník se skládá z třinácti otázek se třemi podotázkami (viz. příloha č. 1). Dotazník je založený na otázkách, které lze rozdělit podle možností odpovědí na:

- a) **identifikační** - zjišťující věk a pohlaví
- b) **uzavřené** – nabízí předem připravené odpovědi, není možnost vlastní odpovědi
- c) **polootevřené** - nabízí předem připravené odpovědi, tak i možnost volby
- d) **otevřené** - nenabízí připravené odpovědi, respondent odpovídá sám<sup>81</sup>

K vyplnění mezi studenty bylo rozesláno 150 dotazníků (50 dotazníku na každou školu). Vráceno zpět jich bylo 148, což je tedy 97% dotazníků. K dalšímu zpracování jich pak bylo použito 147, jelikož jeden dotazník byl z vyhodnocení vyřazen kvůli chybnému a zcela neúplnému vyplnění. Podrobnější hodnocení jednotlivých otázek např. podle věku a pohlaví, by rozsahem výrazně překročilo možnosti této práce.

## 4.1 Stanovení hypotéz

Hypotéza číslo 1.: Předpokládám, že největší potenciál v možnosti pozitivně a negativně ovlivnit názor dětí a mládeže má z médií internet.

Hypotéza číslo 2.: Předpokládám, že 90% dětí a mládeže používá internet každý den.

Hypotéza číslo 3.: Předpokládám, že 70% dětí a mládeže si ověřuje informace získané z média i v jiném zdroji.

Hypotéza číslo 4.: Předpokládám, že 90% dětí a mládeže má profil na sociálních sítích.

---

<sup>81</sup> PÁNA, L. SOMR, M. *Metodologie a metody výzkumu*. České Budějovice, 2007, s. 24.

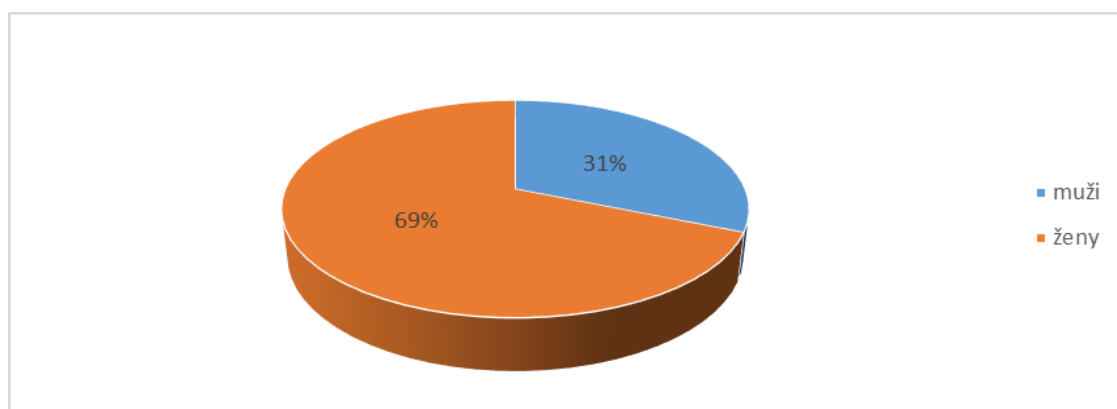
Hypotéza číslo 5: Předpokládám, že bude převládat pozitivní vliv médií na negativním vlivem médií.

## 4.2 Popis výsledků dotazníku

### 1) Pohlaví

Z celkového počtu respondentů bylo 101 žen (69%) a 46 mužů (31%) – viz. graf č. 1. Na Gymnáziu bylo 28 žen (57%) a 21 mužů (43%). Na Zemědělské škole bylo 36 žen (73%) a 13 mužů (27%). Na Obchodní škole bylo 37 žen (76%) a 12 mužů (24%).

Graf 1: Pohlaví respondentů<sup>82</sup>



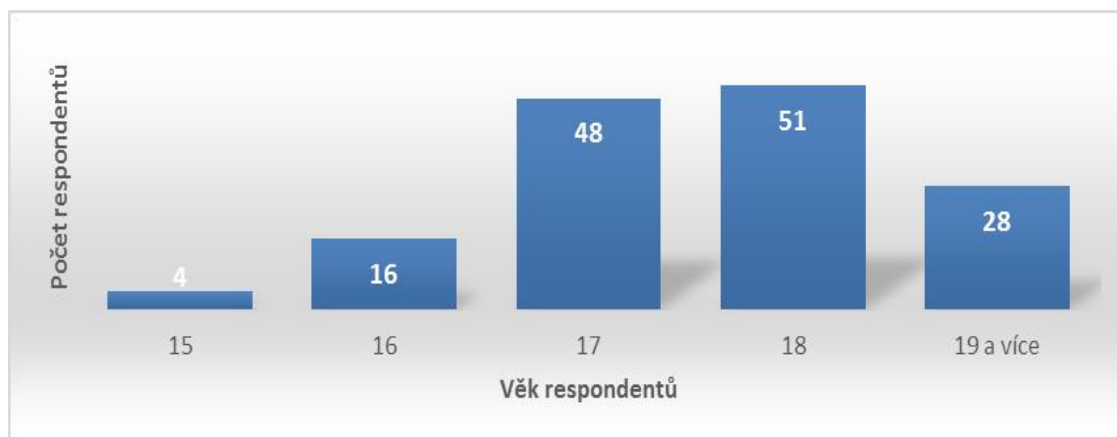
### 2) Věk

Věk respondentů se pohyboval od 15 let do 19 let a více. Největší počet dotazovaných byl ve věku 18 let v počtu 51 respondentů (35% respondentů), ve věku 15 let byli 4 respondenti (3%), ve věku 16 let 16 respondentů (11%), ve věku 17 let 48 respondentů (32%) a ve věku 19 let a více bylo 28 respondentů (19%) – viz. graf č. 2. Na Gymnáziu nebyl ve věku 15 let žádný respondent, ve věku 16 let bylo 10 respondentů (20%), ve věku 17 let bylo 19 respondentů (39%), ve věku 18 let bylo 15 respondentů (31%) a ve věku 19 let a více bylo 5 respondentů (10%). Na Zemědělské škole byli ve věku 15 let 4 respondenti (8%), ve věku 16 let bylo 6 respondentů (12%), ve věku 17 let bylo 11 respondentů (22%), ve věku 18 let bylo 16 respondentů (33%)

<sup>82</sup> Vlastní zdroj.

a ve věku 19 let a více bylo 12 respondentů (25%). Na Obchodní škole nebyl ve věku 15 let a 16 let žádný respondent, ve věku 17 let bylo 18 respondentů (37%), ve věku 18 let bylo 20 respondentů (41%) a ve věku 19 let a více bylo 11 respondentů (22%).

Graf 2: Věk respondentů<sup>83</sup>



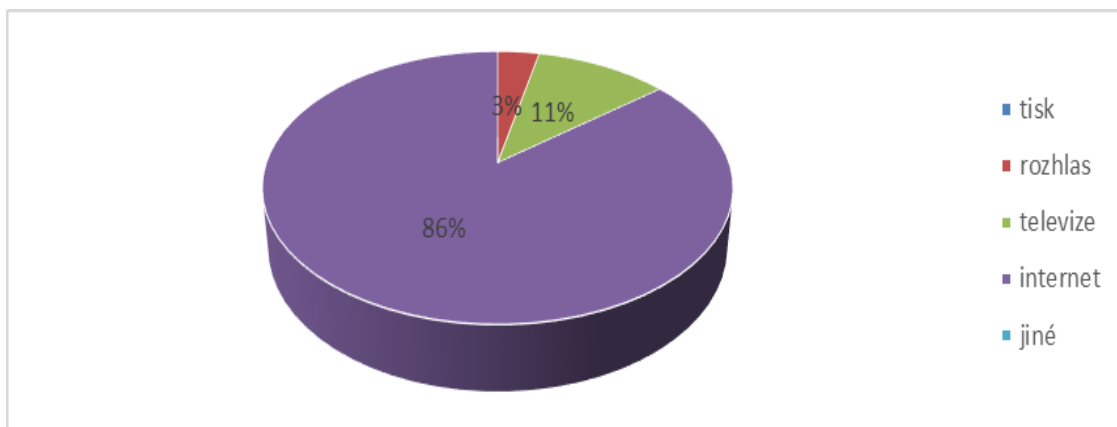
### 3) Které médium nejčastěji sledujete

Největší počet dotazovaných uvedlo, že nejčastěji z médií sledují internet v počtu 126 respondentů (86%), žádný z respondentů neuvedl, že by nejčastěji sledoval tisk, nebo jiné médium. Rozhlas uvedlo jako nejčastěji sledované médium 5 respondentů (3%) a televizi jako nejčastěji sledované médium uvedlo 16 respondentů (11%) – viz. graf č. 3. Na Gymnáziu byl nejsledovanějším médiem internet v počtu 43 respondentů (88%), televize v počtu 4 respondentů (8%) a rozhlas v počtu 2 respondentů (4%). Na Zemědělské škole byl nejsledovanějším médiem internet v počtu 36 respondentů (74%), televize v počtu 10 respondentů (20%) a rozhlas v počtu 3 respondentů (6%). Na Obchodní škole byl nejsledovanějším médiem internet v počtu 47 respondentů (96%) a televize v počtu 2 respondentů (4%).

---

<sup>83</sup> Vlastní zdroj.

Graf 3: Nejčastěji sledované médium<sup>84</sup>



### 3a) Preferované tiskové zdroje

Žádný ze 147 respondentů nevedl, že nejčastěji z médií sledoval tisk.

### 3b) Preferované rozhlasové stanice

Největší počet dotazovaných uvedlo, že nejčastěji poslouchají rozhlasovou stanicí Český rozhlas v počtu 4 respondentů (80%) a 1 respondent (20%) uvedl stanicí Evropa 2. Na Gymnázium uvedli 2 respondenti (100%) stanicí Český rozhlas. Na Obchodní škole uvedli 2 respondenti (67%) stanicí Český rozhlas a 1 respondent (33%) stanicí Evropa 2.

### 3c) Preferované televizní stanice

Největší počet dotazovaných uvedlo, že nejčastěji sledují televizní stanicí Nova v počtu 7 respondentů (44%), 4 respondenti uvedli stanicí Prima (25%), 4 respondenti uvedli stanicí ČT (25%) a 1 respondent uvedl stanicí CNN (6%). Na Gymnázium uvedli 2 respondenti stanicí ČT (50%), 1 respondent uvedl stanicí Nova (25%) a 1 respondent uvedl stanicí CNN (25%). Na Zemědělské škole uvedlo 5 respondentů stanicí Nova (50%), 4 respondenti uvedli stanicí Prima (40%) a 1 respondent uvedl stanicí ČT (10%). Na Obchodní škole uvedl 1 respondent stanicí Nova (50%) a 1 respondent uvedl stanicí ČT (50%).

<sup>84</sup> Vlastní zdroj.

### **3d) Preferované internetové zdroje**

Největší počet dotazovaných uvedlo, že nejčastější sledovaný zdroj na internetu je sociální síť Facebook v počtu 44 respondentů (35%), 42 respondentů uvedlo server Seznam (33%), 31 respondentů uvedlo server Google (24%), 5 respondentů uvedlo server IDnes (4%), 1 respondent uvedl sociální síť Twitter (1%), 1 respondent uvedl server BBC (1%), 1 respondent server Centrum (1%) a 1 respondent uvedl server Reddit (1%). Na Gymnázium byl nejsledovanější server Google v počtu 14 respondentů (33%), 13 respondentů uvedlo server Seznam (30%), 10 respondentů uvedlo sociální síť Facebook (23%), 3 respondenti uvedli server IDnes (8%), 1 respondent uvedl server BBC (2%), 1 respondent uvedl server Centrum (2%) a 1 respondent uvedl server Reddit (2%). Na Zemědělské škole byla nejsledovanější sociální síť Facebook v počtu 17 respondentů (47%), 11 respondentů uvedlo server Seznam (31%), 7 respondentů uvedlo server Google (19%) a 1 respondent uvedl sociální síť Twitter (3%). Na Obchodní škole byl nejsledovanější server Seznam v počtu 18 respondentů (39%), 17 respondentů uvedlo sociální síť Facebook (36%), 10 respondentů uvedlo server Google (21%) a 2 respondenti uvedli server IDnes (4%).

### **3e) Jiné preferované médium**

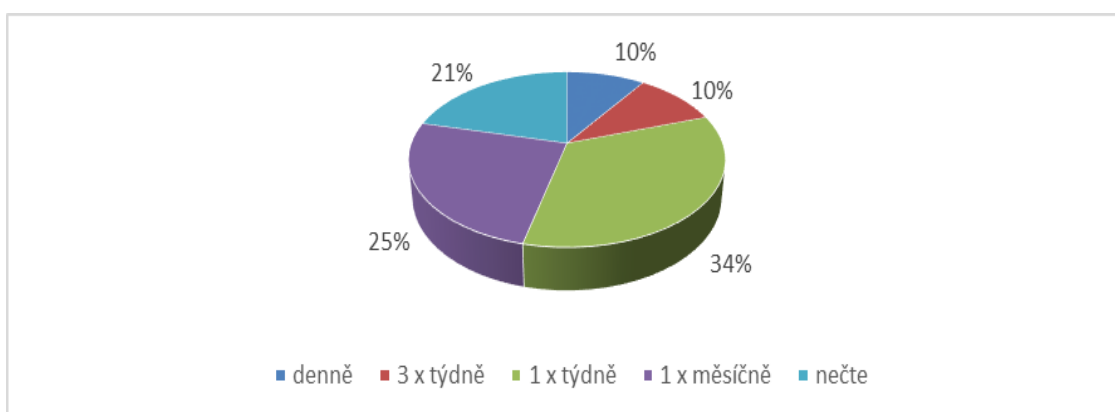
Žádný ze 147 respondentů neuvedl jiné preferované médium, až na 1 respondenta, který jako jiné médium napsal rádio, tato odpověď byla zahrnuta do rozhlasu.

### **4) Jak často čtete tiskoviny**

Největší počet dotazovaných uvedl, že tiskoviny čtou jedenkrát týdně v počtu 50 respondentů (34%), 37 respondentů uvedlo, že tiskoviny čtou jedenkrát měsíčně (25%), 31 respondentů uvedlo, že tiskoviny nečtou vůbec (21%), 15 respondentů uvedlo, že tiskoviny čtou třikrát týdně (10%) a 14 respondentů uvedlo, že tiskoviny čtou denně (10%) – viz graf č. 4. Na Gymnázium uvedlo 20 respondentů, že tiskoviny čtou jedenkrát týdně (41%), 9 respondentů uvedlo, že tiskoviny vůbec nečtou (19%), 8 respondentů uvedlo, že čtou tiskoviny třikrát týdně (16%), 8 respondentů uvedlo, že čtou tiskoviny jedenkrát měsíčně (16%) a 4 respondenti čtou tiskoviny denně (8%). Na Zemědělské škole uvedlo 17 respondentů, že tiskoviny vůbec nečtou (35%), 12

respondentů uvedlo, že tiskoviny čtou jedenkrát měsíčně (29%), 11 respondentů uvedlo, že čtou tiskoviny jedenkrát týdně (22%), 6 respondentů uvedlo, že tiskoviny čtou denně (12%) a 3 respondenti uvedli, že tiskoviny čtou třikrát týdně (6%). Na Obchodní škole uvedlo 19 respondentů, že tiskoviny čtou jedenkrát týdně (39%), 17 respondentů uvedlo, že tiskoviny čtou jedenkrát za měsíc (35%), 5 respondentů uvedlo, že tiskoviny vůbec nečtou (10%), 4 respondenti uvedli, že tiskoviny čtou třikrát týdně (8%) a 4 respondenti uvedli, že tiskoviny čtou každý den (8%).

Graf 4: Četnost čtení tiskovin<sup>85</sup>



## 5) Jak často posloucháte rozhlas

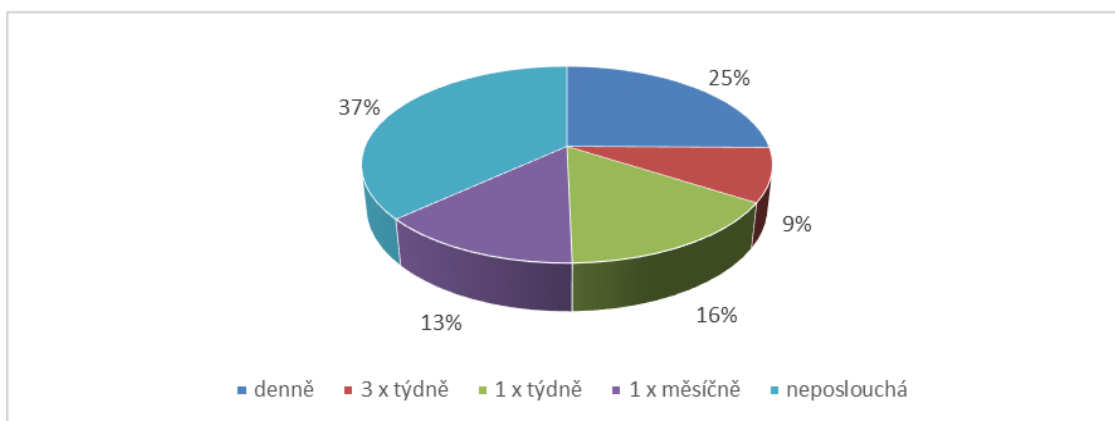
Největší počet dotazovaných uvedlo, že rozhlas neposlouchá v počtu 54 respondentů (37%), 37 respondentů uvedlo, že rozhlas poslouchá denně (25%), 23 respondentů uvedlo, že rozhlas poslouchá jedenkrát týdně (16%), 20 respondentů uvedlo, že rozhlas poslouchá jedenkrát za měsíc (13%) a 13 respondentů uvedlo, že rozhlas poslouchá třikrát týdně (9%). Na Gymnázium uvedlo 18 respondentů, že rozhlas neposlouchá (37%), 10 respondentů uvedlo, že rozhlas poslouchá jedenkrát týdně (21%), 8 respondentů uvedlo, že rozhlas poslouchá denně (16%), 7 respondentů poslouchá rozhlas jedenkrát měsíčně (14%) a 6 respondentů uvedlo, že rozhlas poslouchá třikrát týdně (12%). Na Zemědělské škole uvedlo 16 respondentů, že rozhlas poslouchají denně (33%), 16 respondentů uvedlo, že rozhlas neposlouchá (33%), 8 respondentů uvedlo, že rozhlas poslouchá jedenkrát za měsíc (16%), 6 respondentů uvedlo, že poslouchá rozhlas jedenkrát týdně (12%) a 3 respondenti uvedli, že poslouchají rozhlas třikrát týdně (6%). Na Obchodní škole uvedlo 20 respondentů,

<sup>85</sup> Vlastní zdroj.



že rozhlas neposlouchá (41%), 13 respondentů uvedlo, že rozhlas poslouchá denně (27%), 7 respondentů uvedlo, že rozhlas poslouchá jedenkrát týdně (14%), 5 respondentů uvedlo, že poslouchá rozhlas jedenkrát za měsíc (10%) a 4 respondenti uvedli, že rozhlas poslouchají třikrát týdně (8%).

Graf 5: Četnost poslechu rozhlasu<sup>86</sup>

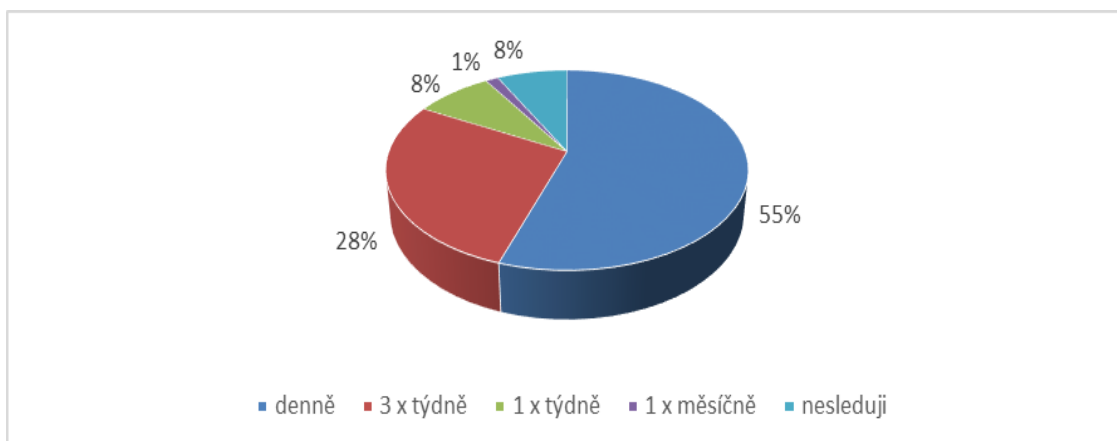


## 6) Jak často sledujete televizi

Největší počet dotazovaných uvedlo, že televizi sleduje denně v počtu 81 respondentů (55%), 41 respondentů uvedlo, že sleduje televizi třikrát týdně (28%), 12 respondentů uvedlo, že sleduje televizi jedenkrát týdně (8%), 11 respondentů uvedlo, že televizi nesleduje (8%) a 2 respondenti uvedli, že televizi sledují jedenkrát za měsíc (1%). Na Gymnázium nejvíce respondentů v počtu 25 sleduje televizi denně (51%), 14 respondentů sleduje televizi třikrát týdně (29%), 5 respondentů sleduje televizi jedenkrát týdně (10%), 4 respondenti televizi nesledují (8%) a 1 respondent sleduje televizi jedenkrát měsíčně (2%). Na Zemědělské škole nejvíce respondentů v počtu 31 sleduje televizi denně (63%), 9 respondentů sleduje televizi třikrát týdně (19%), 5 respondentů sleduje televizi jedenkrát týdně (10%), 3 respondenti nesledují televizi vůbec (6%) a 1 respondent sleduje televizi jedenkrát měsíčně (2%). Na Obchodní škole nejvíce respondentů v počtu 25 sleduje televizi denně (51%), 18 respondentů sleduje televizi třikrát týdně (37%), 4 respondenti nesledují televizi vůbec (8%) a 2 respondenti sledují televizi jedenkrát týdně (4%).

<sup>86</sup> Vlastní zdroj.

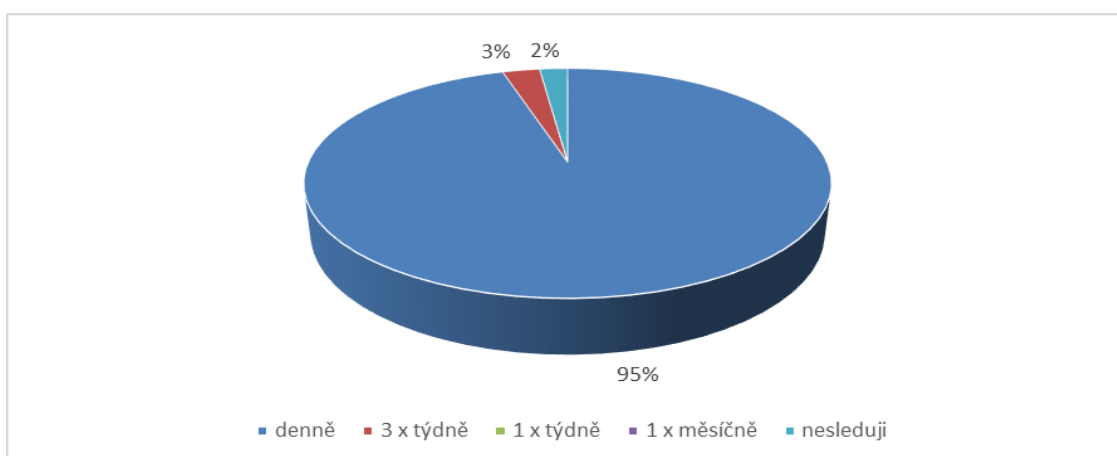
Graf 6: Četnost sledování televize<sup>87</sup>



## 7) Jak často jste na internetu

Největší počet dotazovaných uvedl, že navštěvuje internet denně v počtu 140 respondentů (95%), 4 respondenti navštěvují internet třikrát týdně (3%) a 3 respondenti internet nenavštěvují vůbec (2%) – viz. graf č. 7. Na Gymnázium navštěvuje internet denně 47 respondentů (96%), 1 respondent navštěvuje internet třikrát týdně (2%) a 1 respondent nenavštěvuje internet vůbec (2%). Na Zemědělské škole navštěvuje internet denně 44 respondentů (90%), 3 respondenti navštěvují internet třikrát týdně (6%) a 2 respondenti nenavštěvují internet vůbec (4%). Na Obchodní škole navštěvují internet denně všichni respondenti v počtu 49 (100%).

Graf 7: Četnost návštěvnosti internetu<sup>88</sup>



<sup>87</sup> Vlastní zdroj.

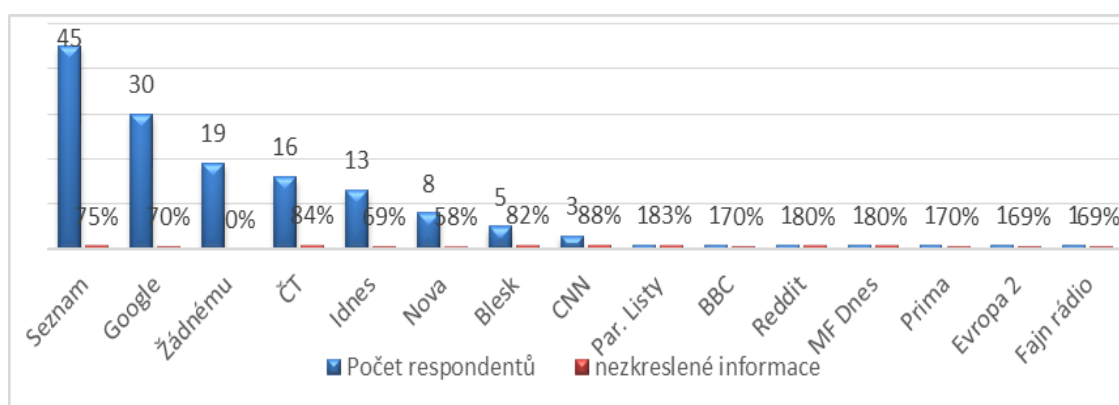
<sup>88</sup> Vlastní zdroj.

## **8) Kterému z informačních zdrojů nejvíce věříte a z kolika % přináší nezkreslené informace**

Nejvíce dotazovaných uvedlo, že z informačních zdrojů nejvíce věří internetovému serveru Seznam v počtu 45 respondentů (31%) a v průměru 75% přináší nezkreslené informace, 30 respondentů (20%) věří internetovému serveru Google a v průměru 70% přináší nezkreslené informace, 19 respondentů (13%) nevěří žádnému zdroji, 16 respondentů (11%) věří televizní stanici ČT a v průměru 84% přináší nezkreslené informace, 13 respondentů (9%) věří internetovému serveru IDnes a v průměru 69% přináší nezkreslené informace, 8 respondentů (5%) věří televizní stanici Nova a v průměru 58% přináší nezkreslené informace, 5 respondentů (3%) věří deníku Blesk a v průměru 82% přináší nezkreslené informace, 3 respondenti (2%) věří televizní stanici CNN a v průměru 88% přináší nezkreslené informace, 2 respondenti (1%) věří internetovým stránkám Parlamentní listy a v průměru 83% přináší nezkreslené informace, 1 respondent (1%) věří televizní stanici BBC a v průměru 70% přináší nezkreslené informace, 1 respondent (1%) věří internetovému serveru Reddit a v průměru z 80% přináší nezkreslené informace, 1 respondent (1%) věří tiskovině MF Dnes a v průměru 80% přináší nezkreslené informace, 1 respondent (1%) věří televizní stanici Prima a v průměru 70% přináší nezkreslené informace, 1 respondent (1%) věří rozhlasové stanici Evropa 2 a v průměru 69% přináší nezkreslené informace a 1 respondent (1%) věří rozhlasové stanici Fajn rádio a v průměru 69% přináší nezkreslené informace – viz graf č. 8. Na Gymnázium nejvíce respondentů věří v počtu 12 (24%) serveru Seznam a v průměru 80% přináší nezkreslené informace, 9 respondentů (18%) věří televizní stanici ČT a v průměru 82% přináší nezkreslené informace, 8 respondentů (16%) věří serveru Google a v průměru 62% přináší nezkreslené informace, 8 respondentů (16%) věří serveru IDnes a v průměru 78% přináší nezkreslené informace, 6 respondentů (12%) nevěří žádnému zdroji, 2 respondenti (4%) věří televizní stanici CNN a v průměru 80% přináší nezkreslené informace, 1 respondent (2%) věří internetovým stránkám Parlamentní listy a v průměru 85% přináší nezkreslené informace, 1 respondent (2%) věří televizní stanici BBC a v průměru 70% přináší nezkreslené informace, 1 respondent (2%) věří internetovému serveru Reddit a v průměru z 80% přináší nezkreslené informace a 1 respondent (2%) věří tiskovině MF Dnes a v průměru 80% přináší nezkreslené informace. Na Zemědělské škole nejvíce respondentů věří v počtu 17 (35%) serveru Seznam a v průměru 69% přináší

nezkreslené informace, 13 respondentů (27%) věří serveru Google a v průměru 63% přináší nezkreslené informace, 7 respondentů (14%) nevěří žádnému zdroji, 5 respondentů (10%) věří deníku Blesk a v průměru 82% přináší nezkreslené informace, 5 respondentů (10%) věří televizní stanici Nova a v průměru 80% přináší nezkreslené informace, 1 respondent (2%) věří televizní stanici Prima a v průměru 70% přináší nezkreslené informace a 1 respondent (2%) věří serveru IDnes a v průměru 60% přináší nezkreslené informace. Na Obchodní škole nejvíce respondentů věří v počtu 16 (33%) serveru Seznam a v průměru 75% přináší nezkreslené informace, 9 respondentů (18%) věří serveru Google a v průměru 86% přináší nezkreslené informace, 7 respondentů (14%) věří televizní stanici ČT a v průměru 86% přináší nezkreslené informace, 6 respondentů (12%) nevěří žádnému zdroji, 4 respondenti (8%) věří serveru IDnes a v průměru 70% přináší nezkreslené informace, 3 respondenti věří televizní stanici Nova a v průměru 36% přináší nezkreslené informace, 1 respondent (2%) věří internetovým stránkám Parlamentní listy a v průměru 80% přináší nezkreslené informace, 1 respondent (2%) věří televizní stanici CNN a v průměru 95% přináší nezkreslené informace, 1 respondent (2%) věří rozhlasové stanici Evropa 2 a v průměru 69% přináší nezkreslené informace a 1 respondent (2%) věří rozhlasové stanici Fajn rádio a v průměru 69% přináší nezkreslené informace.

Graf 8: Důvěryhodné informační zdroje<sup>89</sup>



## 9) Ověřujete si informace získané v médiu i v jiném zdroji

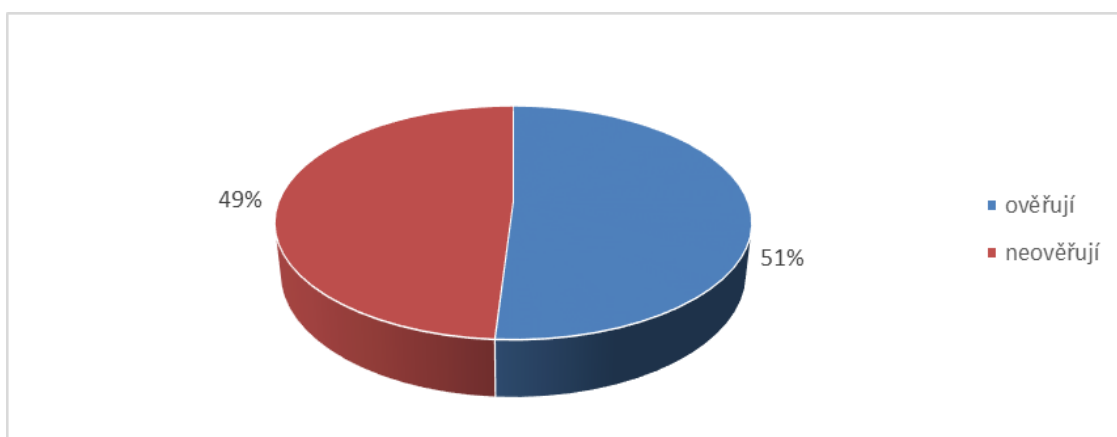
Informace získané v médiu si v jiném zdroji ověřuje 75 respondentů (51%), z toho 51 respondentů (68%) uvádí důvod ověření pro možné zkreslení

<sup>89</sup> Vlastní zdroj.

nebo nepravdivost informace, 17 (23%) respondentů ověřuje informace, protože nedůvěřuje jen jednomu zdroji, 7 respondentů (9%) ověřuje jen některé informace, které jsou pro ně důležité. Informace získané v médiu si v jiném zdroji neověřuje 72 respondentů (49%), z toho 18 (25%) respondentů uvádí důvod, že věří zdroji, 13 respondentů (18%) se o informace nezajímá, 8 respondentů (11%) uvedlo, že ověřování informací není důležité, 8 respondentů (11%) uvedlo, že nevidí důvod ověřovat informace, 7 respondentů (10%) uvedlo, že nemají čas na ověřování informací, 5 respondentů (7%) uvedlo, že získané informace si umí vyhodnotit sami, 5 respondentů (7%) uvedlo, že jsou líní na ověřování informací, 4 respondenti (5%) uvedli, že neví proč si neověřují informace v jiném zdroji, 3 respondenti (5%) uvedli, že je to nezajímá a 1 respondent uvedl, že nemá jiný zdroj na ověření – viz graf č. 9. Na Gymnáziu si ověřuje informace v jiném zdroji 25 respondentů (51%), z toho 21 respondentů (84%) uvádí důvod ověření pro možné zkreslení nebo nepravdivost informace, 2 respondenti (8%) ověřují informace, protože nedůvěřuje jen jednomu zdroji a 2 respondenti (8%) ověřují jen některé informace, které jsou pro ně důležité. Informace si neověřuje 24 respondentů (49%), z toho 5 respondentů (21%) uvádí důvod, že věří zdroji, 5 respondentů (21%) uvedlo, že nemají čas na ověřování informací, 2 respondenti (8%) se o informace nezajímá, 3 respondenti (13%) uvedlo, že ověřování informací není důležité, 2 respondenti (8%) uvedli, že nevidí důvod ověřovat informace, 2 respondenti (2%) uvedli, že získané informace si umí vyhodnotit sami, 1 respondent uvedl, že je líný na ověřování informací, 2 respondenti (8%) uvedli, že neví proč si neověřují informace v jiném zdroji, 2 respondenti (8%) uvedli, že je to nezajímá. Na Zemědělské škole si ověřuje informace v jiném zdroji 19 respondentů (39%), z toho 11 respondentů (58%), uvádí důvod ověření pro možné zkreslení nebo nepravdivost informace, 6 (32%) respondentů ověřuje informace, protože nedůvěřuje jen jednomu zdroji a 2 respondenti (10%) ověřují jen některé informace, které jsou pro ně důležité. Informace si neověřuje 30 respondentů (49%), z toho 8 (27%) respondentů uvádí důvod, že věří zdroji, 7 respondentů (23%) se o informace nezajímá, 2 respondenti (7%) uvedli, že ověřování informací není důležité, 3 respondenti (10%) uvedli, že nevidí důvod ověřovat informace, 1 respondent (3%) uvedl, že nemá čas na ověřování informací, 1 respondent (3%) uvedl, že získané informace si umí vyhodnotit sám, 4 respondenti (14%) uvedli, že jsou líní na ověřování informací, 2 respondenti (7%) uvedli, že neví proč si neověřují informace v jiném zdroji, 1 respondent (3%) uvedl, že ho to nezajímá a 1 respondent

(3%) uvedl, že nemá jiný zdroj na ověření. Na Obchodní škole si ověřuje informace v jiném zdroji 31 respondentů (63%), z toho 19 respondentů (61%) uvádí důvod ověření pro možné zkreslení nebo nepravdivost informace, 9 respondentů (29%) ověřuje informace, protože nedůvěřuje jen jednomu zdroji a 3 respondenti (8%) ověřují jen některé informace, které jsou pro ně důležité. Informace si neověřuje 18 respondentů (37%), z toho 5 respondentů (28%) uvádí důvod, že věří zdroji, 1 respondent (5%) uvedl, že nemá čas na ověřování informací, 4 respondenti (22%) se o informace nezajímají, 3 respondenti (17%) uvedli, že ověřování informací není důležité, 3 respondenti (17%) uvedli, že nevidí důvod ověřovat informace, 2 respondenti (11%) uvedli, že získané informace si umí vyhodnotit sami.

Graf 9: Ověřování informací získaných v médiích i v jiných zdrojích<sup>90</sup>



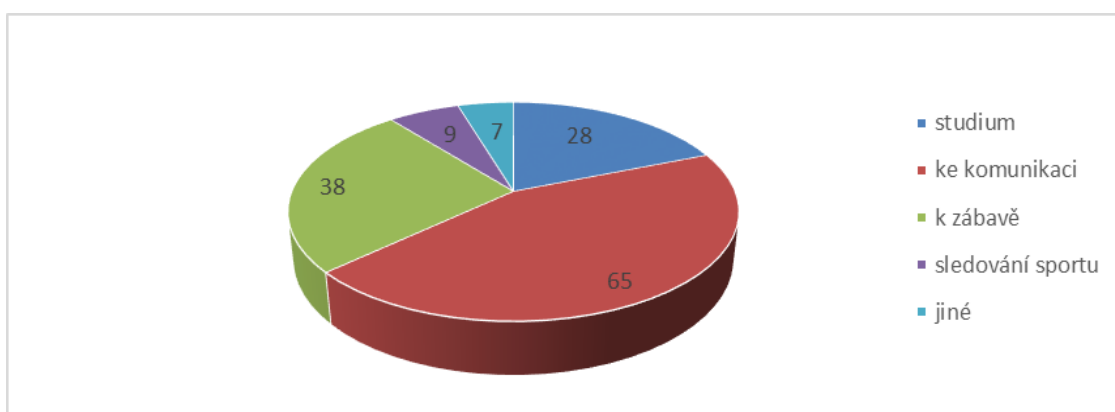
## 10) K čemu média nejčastěji používáte

Nejvíce dotazovaných uvedlo, že média používají nejčastěji ke komunikaci s přáteli v počtu 65 respondentů (44%), 38 respondentů (26%) uvedlo k zábavě, 28 respondentů (19%) k informacím ke studiu, 9 respondentů (6%) uvedlo k sledování sportu, 7 respondentů (5%) k jiným účelům, kdy uvedli, že sledují dění ve světě a v politice – viz. graf č. 10. Na Gymnáziu uvedlo 19 respondentů (39%), že média nejčastěji využívají ke komunikaci s přáteli, 14 (29%) respondentů uvedlo k zábavě, 8 respondentů (18%) k informacím ke studiu, 4 respondenti uvedli k sledování sportu a 4 respondenti (8%) k jiným účelům, kdy uvedli, že sledují dění ve světě a v politice. Na Zemědělské škole uvedlo 19 respondentů (39%), že média nejčastěji využívají

<sup>90</sup> Vlastní zdroj.

ke komunikaci s přáteli, 15 respondentů (31%) uvedlo k zábavě, 9 respondentů (18%) k informacím k studiu, 4 respondenti (8%) uvedli sledování sportu a 2 respondenti (4%) k jiným účelům, kdy uvedli, že sledují dění ve světě a v politice. Na Obchodní škole uvedlo 27 respondentů (55%), že média nejčastěji využívají ke komunikaci s přáteli, 11 respondentů (23%) k informacím ke studiu, 9 respondentů (18%) uvedlo k zábavě, 1 respondent (2%) uvedl k sledování sportu a 1 respondent (2%) k jiným účelům, kdy uvedl, že sleduje dění ve světě a politice.

Graf 10: Nejčastější používání medií<sup>91</sup>

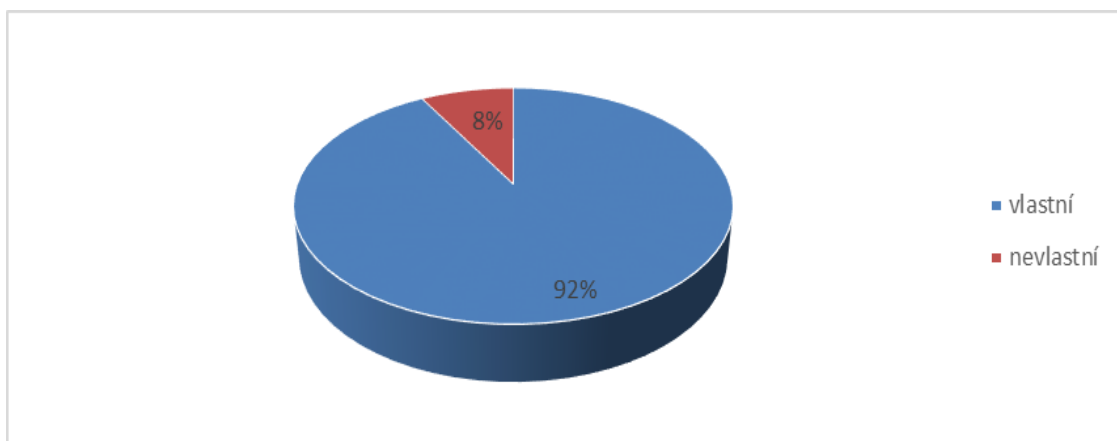


## 11) Máte profil na sociálních sítích

K sociálním sítím uvedlo 135 respondentů (92%), že vlastní profil, 12 respondentů uvedlo, že nevlastní profil na sociálních sítích žádný – viz. graf č. 11. Na Gymnáziu uvedlo 45 respondentů (92%), že vlastní profil na sociálních sítích, 4 respondenti (8%) nevlastní profil na sociálních sítích. Na Zemědělské škole uvedlo 42 respondentů (86%) respondentů, že vlastní profil na sociálních sítích, 7 respondentů (14%) nevlastní profil na sociálních sítích. Na Obchodní škole uvedlo 48 respondentů (98%), že vlastní profil na sociálních sítích, 1 respondent uvedl, že nevlastní profil na sociálních sítích.

<sup>91</sup> Vlastní zdroj.

Graf 11: Vlastnění profilu na sociálních sítích<sup>92</sup>



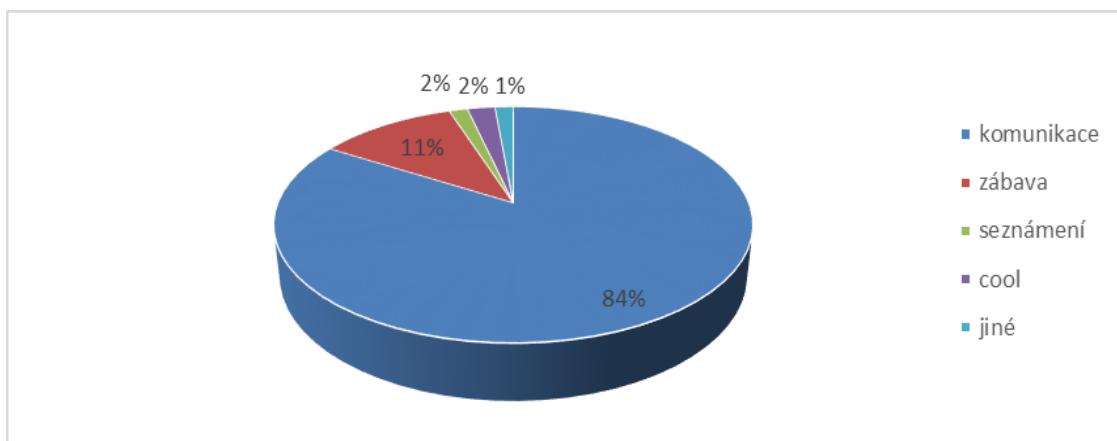
### 11a) K čemu používáte nejčastěji sociální síť

Nejvíce dotazovaných uvedlo v počtu 113 respondentů (84%), že profil na sociální síti používají ke komunikaci s přáteli, 15 respondentů (11%) uvedlo, že profil využívá k zábavě, 3 respondenti (2%) uvedli, že mají profil, aby byli „cool“, 2 respondenti uvedli, že mají profil k seznámení, 2 respondenti uvedli, že mají profil k jiným účelům (jeden ho má založený, ale nechodí na něj, druhý má profil jako nejrychlejší zdroj informací) – viz. graf č. 12. Na Gymnáziu uvedlo 37 respondentů (82%), že profil používají ke komunikaci s přáteli, 6 respondentů (13%) uvedlo, že profil mají k zábavě a 2 respondenti (5%) mají profil, aby byli „cool“. Na Zemědělské škole uvedlo 34 respondentů (81%), že profil používají ke komunikaci s přáteli, 4 respondenti (10%) používají profil k zábavě, 2 respondenti (5%) uvedli, že mají profil k seznámení, 1 respondent (2%) má profil, aby byl „cool“ a 1 respondent (2%) má profil založený, ale nenavštěvuje jej. Na Obchodní škole uvedlo 42 respondentů (88%), že profil mají ke komunikaci s přáteli, 5 respondentů (10%) má profil k zábavě a 1 respondent (2%) má profil jako nejrychlejší zdroj informací.

<sup>92</sup> Vlastní zdroj.



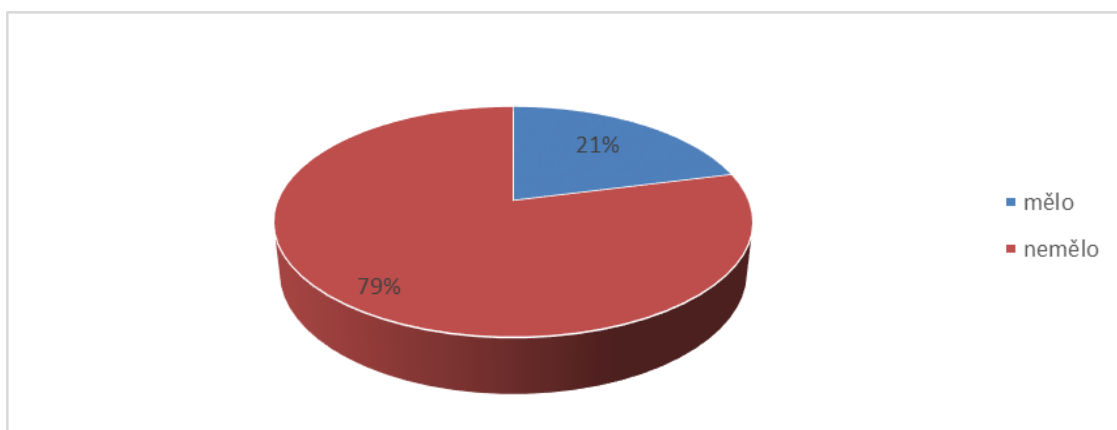
Graf 12: Nejčastější používání profilu na sociální síti<sup>93</sup>



## 12) Měli jste na základní škole nebo střední škole předmět mediální výchova

Předmět mediální výchova nemělo 116 respondentů (79%), naopak 31 respondentů (21%) uvedlo, že mělo předmět mediální výchovu – viz. graf č. 13. Na Gymnáziu uvedlo 43 respondentů (88%), že nemělo předmět mediální výchova, naopak 6 respondentů (12%) uvedlo, že mělo předmět mediální výchova. Na Zemědělské škole uvedlo 31 respondentů (63%), že nemělo předmět mediální výchova, naopak 18 respondentů (37%) uvedlo, že mělo předmět mediální výchova. Na Obchodní škole uvedlo 42 respondentů (86%), že nemělo předmět mediální výchova, naopak 7 respondentů (14%) uvedlo, že mělo předmět mediální výchova.

Graf 13: Počet studentů, kteří měli a neměli předmět mediální výchova<sup>94</sup>



<sup>93</sup> Vlastní zdroj.

<sup>94</sup> Vlastní zdroj.

### **12a) Jaký měl pro Vás přínos předmět mediální výchova**

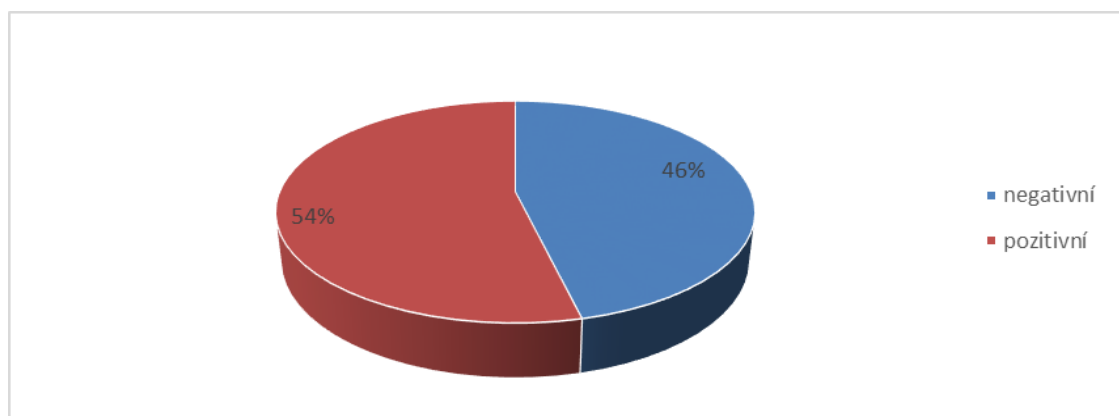
Předmět mediální výchova mělo 31 respondentů, z toho nejvíce respondentů v počtu 13 (42%) uvedlo, že se v tomto předmětu nedozvědělo skoro nic důležitého, 8 respondentů (26%) uvedlo, že se na tomto předmětu naučili základní znalosti počítačových programů, 6 respondentů (19%) uvedlo, že se dozvědělo informace o médiích a 4 respondenti se k otázce nevyjádřili. Na Gymnázium uvedli 3 respondenti (50%), že se dozvěděli informace o médiích, 1 respondent (17%) se na otázku nevyjádřil, 1 respondent (17%) se nedozvěděl skoro nic důležitého a 1 respondent (16%) se naučil základní znalosti počítačových programů. Na Zemědělské škole uvedlo 8 respondentů (45%), že se nedozvěděli skoro nic důležitého, 6 respondentů (33%) se naučili základní znalosti počítačových programů, 2 respondenti (11%) se k otázce nevyjádřili a 2 respondenti (11%) se dozvěděli informace o médiích. Na Obchodní škole uvedli 4 respondenti (57%), že se nedozvěděli skoro nic důležitého, 1 respondent (15%) se dozvěděl základní znalosti počítačových programů, 1 respondent (14%) se k otázce nevyjádřil a 1 respondent se dozvěděl informace o médiích.

### **13) Jaký mají na Vás média pozitivní a negativní vliv**

K pozitivním vlivům médií uvedli respondenti 180 odpovědí (54%), nejvíce respondentů v počtu 38 (21%) uvedlo, že díky médiím mají přehled o dění v ČR a ve světě, 35 respondentů (18%) uvedlo, že jsou díky médiím aktuálně informovány, 25 respondentů (14%) uvedlo rychlé spojení a komunikace s přáteli, 24 respondentů (13%) rychlé přenášení informací, 13 respondentů (7%) uvedlo média jako druh zábavy, 9 respondentů (5%) uvedlo, že mohou snadno získat informace ve velkém množství, 7 respondentů (4%) uvedlo snadný přístup k informacím, 7 respondentů (4%) uvedlo, že média nemají žádný pozitivní vliv, 6 respondentů (3%) uvedlo, že z médií získávají informace ke studiu, 3 respondenti (2%) uvedli, že média rozšiřují znalosti, 3 respondenti (2%) uvedli, že díky médiím se nenudí, 3 respondenti (2%) uvedli, že díky médiím mají větší rozhled, 2 respondenti (1%) uvedli, že média upozorňují na nebezpečí, 2 respondenti (1%) uvedli, že je pozitivní levný internet, 1 respondent (1%) uvedl jako pozitivum efektivnost médií, 1 respondent (1%) uvedl, že díky médiím se naučí nové věci a 1 respondent (1%) uvedl, že média vzdělávají.

K negativnímu vlivu médií uvedli respondenti 155 odpovědí (46%), nejvíce respondentů v počtu 61 (38%), uvedlo, že zkreslené informace mohou negativně ovlivnit mnoho lidí, 31 respondentů (19%) uvedlo, že média jim zabírají čas, který by mohli trávit jiným způsobem, 14 respondentů (9%) uvedlo, že média mohou lehce ovlivnit názory, 10 respondentů (6%) uvedlo závislost na médiích, 8 respondentů (5%) uvedlo, že média nemají žádný negativní vliv, 7 respondentů (5%) uvedlo kyberšikanu, 6 respondentů (4%) uvedlo stres, který má ze sledování špatných zpráv (vraždy, teroristické útoky, atd.), 5 respondentů (3%) uvedlo, že média mají celkově špatný vliv, 5 respondentů (3%) uvedlo úmyslné klamání uživatelů médií, 2 respondenti (1%) uvedli, že na médiích je negativní všechno, 1 respondent (1%) uvedl, že v médiích je moc informací, 1 respondent (1%) uvedl, že média poškozují zrak, 1 respondent (1%) uvedl, že média mohou za degeneraci společnosti, 1 respondent (1%) uvedl zveřejnění neověřených informací, 1 respondent (1%) uvedl možnost zneužívání médií a 1 respondent (1%) uvedl jako negativum přístup k internetu.

Graf 14: Počet odpovědí studentů na pozitivní a negativní vliv médií



### 4.3 Vyhodnocení hypotéz

Hypotéza číslo 1.: Předpoklad, že největší potenciál v možnosti pozitivně a negativně ovlivnit názor dětí a mládeže má z médií internet, se potvrdil, vyhodnocením otázky číslo 3, kdy 86% respondentů uvedlo, že nejčastěji z médií sledují internet.

Hypotéza číslo 2.: Předpoklad, že 90% dětí a mládeže používá internet každý den, se potvrdil, vyhodnocením otázky číslo 7, kdy 95% respondentů uvedlo, že internet sledují denně.

Hypotéza číslo 3.: Předpoklad, že 70% dětí a mládeže si ověřuje informace získané z média i v jiném zdroji, se nepotvrdil, vyhodnocením otázky číslo 9, kdy informace získané z médií si v jiném zdroji ověřuje pouze 51% respondentů.

Hypotéza číslo 4.: Předpoklad, že 90% dětí a mládeže má profil na sociálních sítích, se potvrdil, vyhodnocením otázky č. 11, kdy 92% respondentů uvedlo, že má profil na sociální síti.

Hypotéza číslo 5: Předpoklad, že bude převládat pozitivní vliv médií nad negativním vlivem médií, se potvrdil, vyhodnocením otázky č. 13, kdy k pozitivnímu vlivu bylo 180 odpovědí (54%) od respondentů a negativnímu vlivu pouze 155 odpovědí (46%) od respondentů.

## Závěr

Závěrem můžeme říci, že všechno, co víme o světě kolem nás, známe především z médií. I když se to většině z nás nezdá, média mají značně silný a mocný vliv na naše životy. Díky médiím se umíme orientovat v různých odvětvích, nabízejí nám návody, jak správně či nesprávně žít, jak trávit svůj volný čas, jak relaxovat, chovat se a prožívat různé situace, dávají nám vzory na oblékání, jednání a v neposlední řadě ukazují a zajišťují morální a citové hodnoty naše i celé společnosti. Média nám tedy poskytují zábavu, učí nás a slouží jako velký zdroj různých informací všelijakých odvětví. Díky televizním obrazovkám můžeme sledovat veškeré události, které se dějí na konci světa. Není pochyb o tom, že média mají mnoho pozitivních vlastností, avšak v některých okolnostech nás ovlivňují i v negativním smyslu. Mohou ovlivnit naše názory nebo i chování či dění a celkově ovlivňují celou společnost, kdy nejvíce ovlivnitelnou skupinou jsou děti, mládež a senioři.

Dotazníkovým šetřením bylo zjištěno, že děti a mládež v rakovnickém regionu nejvíce využívají z médií internet, který používají především ke komunikaci s přáteli prostřednictvím sociálních sítí. Neuvěřitelných 92% tázaných školáků přiznalo, že disponují s vlastním profilem na sociálních sítích jako je například facebook či twitter. Tyto komunikační prostředky denně používá téměř 95% tázaných studentů. Následně je nejvíce využívaným médiem televize, což uvedlo 55% studentů, poté je to rozhlas a na posledním místě je tisk. Dále bylo zjištěno, dle subjektivních názorů studentů rakovnických středních škol, že je média ovlivňují v 54% pozitivním způsobem a v 46% tím negativním.

Vzhledem ke svým dovednostem velice rychlého učení, jsou děti a mládež schopni značně rychlým způsobem osvojit si nové technologie používané médii, kdy v jejich používání předčí i své vlastní rodiče, kteří poté ztrácí pojetí o tom, co jejich potomci na těchto technologiích dělají a nemají tak téměř žádnou kontrolu nad tím, zda jejich děti nejsou těmito médii nějakým negativním způsobem ovlivňovány ba dokonce zneužívány.

Fenoménem dnešní doby je bezesporu internet, kdy má opravdu široké využití pro uživatele. Slouží nejen jako zdroj informací, ale také jako komunikační médium, je

zde možné prezentovat vlastní data, nakupovat, spravovat vlastní bankovní účet a komunikovat s různými veřejnými i soukromými institucemi atd. Na internetu se také prezentují i ostatní média, je zde možné číst denní tisk, číst knihy v elektronické podobě, poslouchat rádio, sledovat televizní vysílání a mnoho dalších. Lze říci, že pokud chce být jakékoliv médium konkurence schopné, mělo by spravovat vlastní internetové stránky, kterým by se mělo co nejčastěji věnovat a především je denně aktualizovat.

Společnost, si však pod obavami z médií vytvořila svůj systém prostředků, které pomáhají alespoň k částečné regulaci jejich působení na nás a naši společnost. Jsou to různé instituce, legislativa a v posledních letech i snaha o zvýšení mediální výchovy či gramotnosti každého jedince. Regulaci vlivu médií nám poskytují nařízené normy, kterými se média musí řídit. Aby mohli všichni uživatelé používat média ke svému prospěchu, musejí znát alespoň základní principy fungování mediální sféry. Mediální gramotnost nám dovolí snáze čelit negativním vlivům těchto zdrojů. Umožní nám kriticky přemýšlet o informacích a situacích, které vidíme v médiích, a tím nám pomohou vytvořit si vlastní názory na vše, co se nám pomocí médií ukazuje. Mediální gramotnost nám tedy pomáhá vyznat se ve všech médiích a rozpoznat jaká média jsou seriózní a jaká naopak chtějí jen upoutat naši pozornost. Základním faktorem pro rozvoj takového gramotnosti je primární sociální společnost, ve které se nacházíme již od narození a kterou je tedy rodina. Rodina nám poskytuje výchovnou, emoční, socializační a ekonomickou funkci, na kterou by měla vhodně navazovat školní výuka. Mediální výchovu je však zapotřebí rozvíjet v každé věkové skupině a nejen ve školních lavicích.

## Seznam použitých zdrojů

### Literární zdroje

1. BEDNAŘÍK, P., JIRÁK, J., KÖPPLOVÁ, B. *Dějiny českých médií: od počátku do současnosti*. Praha: Grada, 2011. 448 s. ISBN 9788024730288.
2. GILES, D. *Psychologie médií*. Praha: Grada, 2012. 192 s. ISBN 9788024739212.
3. JEŽEK, V., JIRÁK, J. *Média a my*. Praha: Akademie múzických umění, 2014. 146 s. ISBN 9788073313043.
4. JIRÁK, J., KÖPPLOVÁ, B. *Média a společnost: stručný úvod do studia médií a mediální komunikace*. Praha: Portál, 2007. 208 s. ISBN 978-80-736-7287-4.
5. KONČELÍK, J., VEČEŘA, P., ORSÁG, P. *Dějiny českých médií 20. století*. Praha: Portál, 2010. 344 s. ISBN 978-80-736-7698-8.
6. MCLUHAN, M. *Jak rozumět médiím: extenze člověka*. Praha: Mladá fronta, 2011. 400 s. ISBN 978-80-204-2409-9.
7. PÁNA, L. SOMR, M. *Metodologie a metody výzkumu*. České Budějovice: Vysoká škola evropských a regionálních studií, 2007. 164 s. ISBN 978-80-867-0852-2.
8. REMIŠOVÁ, A. *Etika médií*. Bratislava: Kalligram, 2010. 312 s. ISBN 978-80-810-1376-8.
9. ROZEHNAL, A. *Mediální právo*. Plzeň: Vydavatelství a nakladatelství Aleš Čeněk, 2015. 463 s. ISBN 978-80-738-0549-4.
10. SLOBODA, Z. *Mediální výchova v rodině: postoje, nástroje, výzvy*. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 2013. 246 s. ISBN 978-80-244-4496-3.
11. TOMANDL, J. *Jak účinně oslovit média: media relations v podnikání, správě, kultuře i neziskovém sektoru*. Brno: Computer Press, 2011. 296 s. ISBN 978-80-251-3457-3.

### Elektronické zdroje

1. BENEŠOVÁ, P. Nový předmět v českých školách – mediální výchova. [online]. Praha: Hospodářské noviny, 2007 [cit. 2017-02-28]. Dostupné z WWW: <<http://archiv.ihned.cz/c1-22236650-novy-predmet-v-ceskych-skolach-medialni-vychova>>.

2. DUDEK, D. *Mediální výchova – Pár slov na úvod*. [online]. Praha: Čtenářská gramotnost a projektové vyučování, 2010 [cit. 2017-02-28]. Dostupné z WWW: <<http://www.ctenarska-gramotnost.cz/medialni-vychova/medialni-vychova-par-slov-na-uvod>>.
3. ŠEBEŠ, M. *Děti a mládež v kyberprostoru*. [online]. Praha: Zvyšování mediální gramotnosti v ČR, Vzdělávací portál Média pod lupou, 2017 [cit. 2017-02-28]. Dostupné z WWW: <<http://www.mediapodlupou.cz/lekce/deti-a-mladez-v-kyberprostoru>>.
4. RADA PRO ROZHLASOVÉ A TELEVIZNÍ VYSÍLÁNÍ. *Poslání rady*. [online]. Praha. 2017 [cit. 2017-02-24]. Dostupné z WWW: <<http://www.rrtv.cz/cz/static/o-rade/poslani-rady/index.htm>>.
5. RADA PRO ROZHLASOVÉ A TELEVIZNÍ VYSÍLÁNÍ. *Priority rady*. [online]. Praha. 2017 [cit. 2017-02-24]. Dostupné z WWW: <<http://www.rrtv.cz/cz/static/o-rade/priority-rady/index.htm>>.
6. ZDRAVÍ A MOBIL, *Vliv mobilních telefonů na děti*. [online]. Praha: Vliv na děti. 2017 [cit. 2017-03-04]. Dostupné z WWW: <<http://zdraviamobil.cz/cs/node/124>>.
7. ZDRAVÍ-NEMOC. *Jaký vliv má televize na vaše dítě?* [online]. Praha: Magazín o zdraví, nemocech, hubnutí, dietě, bylinkách a diskuzní forum. 2017 [cit. 2017-02-28]. Dostupné z WWW: <<http://www.zdravi-nemoc.cz/jaky-vliv-ma-televize-na-vase-dite>>.

### **Legislativní dokumenty**

1. ČESKO. Zákon č. 218 ze dne 25. června 2003 o odpovědnosti mládeže za protiprávní činy a o soudnictví ve věcech mládeže a o změně některých zákonů (zákon o soudnictví ve věcech mládeže). In *Sbírka zákonů České republiky*. 2003, částka 79, s. 4030-4052. Dostupné z WWW: <[http://aplikace.mvcr.cz/sbirkazakonu/SearchResult.aspx?q=218/2003&typeLaw=zakon&what=Cislo\\_zakona\\_smlouvy](http://aplikace.mvcr.cz/sbirkazakonu/SearchResult.aspx?q=218/2003&typeLaw=zakon&what=Cislo_zakona_smlouvy)>. ISSN 1211-1244.
2. ČESKO. Zákon č. 40 ze dne 8. ledna 2009 trestní zákon. In *Sbírka zákonů České republiky*. 2009, částka 11, s. 354-464. Dostupné z WWW: <[http://aplikace.mvcr.cz/sbirkazakonu/SearchResult.aspx?q=40/2009&typeLaw=zakon&what=Cislo\\_zakona\\_smlouvy](http://aplikace.mvcr.cz/sbirkazakonu/SearchResult.aspx?q=40/2009&typeLaw=zakon&what=Cislo_zakona_smlouvy)>. ISSN 1211-1244.



3. ČESKO. Zákon č. 89 ze dne 3. února 2012 občanský zákoník. In *Sbírka zákonů České republiky*. 2012, částka 33, s. 1025-1368. Dostupné z WWW: <[http://aplikace.mvcr.cz/sbirkazakonu/SearchResult.aspx?q=89/2012&typeLaw=zakon&what=Cislo\\_zakona\\_smlouvy](http://aplikace.mvcr.cz/sbirkazakonu/SearchResult.aspx?q=89/2012&typeLaw=zakon&what=Cislo_zakona_smlouvy)>. ISSN 1211-1244.

## Seznam grafů

Graf 1: Pohlaví respondentů .....	36
Graf 2: Věk respondentů .....	37
Graf 3: Nejčastěji sledované médium .....	38
Graf 4: Četnost čtení tiskovin .....	40
Graf 5: Četnost poslechu rozhlasu .....	41
Graf 6: Četnost sledování televize .....	42
Graf 7: Četnost návštěvnosti internetu .....	42
Graf 8: Důvěryhodné informační zdroje .....	44
Graf 9: Ověřování informací získaný v médiích i v jiných zdrojích .....	46
Graf 10: Nejčastější používání medií .....	47
Graf 11: Vlastnění profilu na sociálních sítích .....	48
Graf 12: Nejčastější používání profilu na sociální síti .....	49
Graf 13: Počet studentů, kteří měli a neměli předmět mediální výchova .....	49
Graf 14: Počet odpovědí studentů na pozitivní a negativní vliv médií .....	51

## **Přílohy**

Příloha I – vzor dotazníku .....	60
----------------------------------	----

Vážení studenti,

jmenuji se Michal Pospíšil a jsem student 3. ročníku Vysoké školy evropských regionálních studií v Příbrami, obor Bezpečnostně právní činnost ve veřejné správě. Rád bych Vás požádal o vyplnění tohoto dotazníku, který je součástí mé bakalářské práce na téma: „Pozitivní a negativní vliv médií na děti a mládež“. Dotazník je zcela anonymní a jeho vyplnění je dobrovolné, veškerá získaná data budou použita výhradně ke zpracování bakalářské práce. U každé otázky vyberte a označte pouze jednu možnost (v jiném případě jsou doplňující pokyny uvedeny přímo u otázky). Některé otázky jsou otevřené, zde prosím vepište svůj názor. Za ochotu a Váš cenný čas předem děkuji.

**1) Pohlaví:**

- a) žena            b) muž

**2) Věk:**

- a) 15  
b) 16  
c) 17  
d) 18  
e) 19 a více

**3) Které médium nejčastěji sledujete:**

- a) Tisk  
b) Rozhlas  
c) Televize  
d) Internet  
e) Jiné (uved'te).....

a) pokud jste zaškrtnuli odpověď a) uveďte Vaše nejčastější preferované tiskové zdroje (např. Blesk, Mladá fronta, atd.).....

b) pokud jste zaškrtnuli odpověď b) uveďte Vaší nejčastěji preferované rozhlasové stanice (např. Evropa 2, Český rozhlas, apod.).....

c) pokud jste zaškrtnuli odpověď c) uveďte Vaší nejčastěji preferované televizní stanice (např. Nova, ČT, CNN, apod.) .....

d) pokud jste zaškrtnuli odpověď d) uveďte Vaše nejčastěji preferované internetové zdroje (např. Google, Seznam, Facebook apod.) .....

**4) Jak často čtete tiskoviny:**

a) denně

b) třikrát týdně

c) jednou týdně

d) jednou měsíčně

e) tiskoviny nečtu

**5) Jak často posloucháte rozhlas:**

a) denně

b) třikrát týdně

c) jednou týdně

d) jednou měsíčně

e) rozhlas neposlouchám

**6) Jak často sledujete televizi:**

a) denně

- b) třikrát týdně
- c) jednou týdně
- d) jednou měsíčně
- e) televizi nesleduji

**7) Jak často jste na internetu:**

- a) denně
- b) třikrát týdně
- c) jednou týdně
- d) jednou měsíčně
- e) na internet nechodím

**8) Kterému z informačních zdrojů nejvíce věříte, pozor nezaměňovat s informačním zdrojem, ze kterého nejčastěji informace čerpáte (prosím konkrétně název stanice, název www stránek, název tiskoviny, apod., např. Nova, Blesk, Google, CNN, Seznam, apod.) a z kolika % dle vašeho názoru přináší nezkreslené informace .....**

**9) Ověřujete si informace získané v médiu i v jiném zdroji:**

- a) ano (uveďte proč) .....
- b) ne (uveďte proč).....

**10) K čemu média nejčastěji používáte:**

- a) informace k studiu
- b) ke komunikaci s přáteli
- c) k zábavě
- d) k sledování sportu

e) jiné (uved'te) .....

**11) Máte profil na sociálních sítích:**

a) ano

b) ne

**pokud ano, tak k čemu jej nejčastěji používáte:**

a) komunikace s přáteli

b) k zábavě (hraní her, sledování videí atd.)

c) k seznámení

d) profil mám, protože chci být „cool“

e) jiné (uved'te).....

**12) Měli jste na základní škole nebo střední škole předmět mediální výchova:**

a) ano

b) ne

**pokud ano, jaký měl pro Vás přínos:**

.....

**13) Sdělte prosím několika větami Váš subjektivní názor – jaký mají na Vás média pozitivní a negativní vliv?:**

**Pozitivní**

.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....

.....  
.....

**Negativní**

.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....