

Jiho česká univerzita v českých Budějovicích  
Teologická fakulta  
Katedra pedagogiky

## **Bakalářská práce**

# **VLIV MASMÉDIÍ NA VOLNÝ ČAS U STUDENTŮ STŘEDNÍCH ŠKOL**

Vedoucí práce: RSDr. Ján Mišovič, CSc.

Autor práce: Petra Vítková

Studijní obor: Pedagogika volného času

Ročník: 3.

2013

## **Prohlášení**

Prohláuji, že svoji bakalářskou práci jsem vypracovala samostatně pouze s použitím pramenů a literatury uvedených v seznamu citované literatury. Prohláuji, že v souladu s § 47b zákona č. 111/1998 Sb. v platném znění souhlasím se zveřejněním své bakalářské práce, a to v nezkrácené podobě ve veřejně přístupné části databáze STAG provozované Jihočeskou univerzitou v Českých Budějovicích na jejích internetových stránkách, včetně zachování mého autorského práva k odevzdanému textu této kvalifikační práce. Souhlasím dále s tím, aby toutéž elektronickou cestou byly v souladu s uvedeným ustanovením zákona č. 111/1998 Sb. zveřejněny posudky školitele a oponentů práce i záznam o průběhu a výsledku obhajoby kvalifikační práce. Rovněž souhlasím s porovnáním textu mé kvalifikační práce s databází kvalifikačních prací Theses.cz provozovanou Národním registrem vysokoškolských kvalifikačních prací a systémem na odhalování plagiátů.

28. 3. 2013

Petra Vítková

### **Podkování**

Za cenné rady, náměty a inspiraci bych chtěl touto cestou podkovat RSDr. Jánou Miškovou, CSc. z Teologické fakulty Jihočeské univerzity v Českých Budějovicích.

Děkuji své rodině za morální podporu a pomoc, kterou mi poskytla při zpracování bakalářské práce, které si velice vážím.

# OBSAH

<b>ÚVOD</b> .....	<b>5</b>
<b>TEORETICKÁ ÁST</b> .....	<b>7</b>
<b>1 Média a s nimi související základní pojmy</b> .....	<b>8</b>
1.1 Média.....	8
1.2 Masová komunikace.....	8
<b>2 Televizní vysílání a internet</b> .....	<b>11</b>
2.1 Televize a televizní vysílání .....	11
2.2 Televize ne pro děti, ale s dětmi .....	12
2.3 Internet.....	13
<b>3 Hodnotová orientace</b> .....	<b>15</b>
<b>4 Využívání volného času</b> .....	<b>16</b>
<b>5 Pohled na média a volný čas z pohledu sociologie</b> .....	<b>18</b>
5.1 Média v sociologické perspektivě .....	19
5.2 Sociologie volného času.....	19
<b>PRAKTICKÁ ÁST</b> .....	<b>21</b>
<b>6 Výzkum volného času s důrazem na média</b> .....	<b>22</b>
6.1 Analýza a prezentace získaných výsledků hodnotové orientace .....	24
6.2 Analýza a prezentace získaných výsledků využívání volného času.....	30
6.3 Zájem o média ve volném čase.....	36
6.4 Sociodemografické charakteristiky .....	39
6.5 Shrnutí.....	40
6.6 Diskuse .....	41
<b>ZÁVĚR</b> .....	<b>43</b>
<b>SEZNAM POUŽITÝCH ZDROJŮ</b> .....	<b>45</b>
<b>SEZNAM PŘÍLOH</b> .....	<b>47</b>
<b>PŘÍLOHY</b> .....	<b>48</b>

## ÚVOD

Téma šVliv masmédií na trávení volného času u studentů středních škol jsem si vybrala proto, že je mi velice blízké a jako učitel anglického jazyka již sedmým rokem pracuji na jedné ze středních škol v Jihozápadním úkrají, kde se každodenně setkáváme s pojmy média, masová komunikace, televize a internet, které nás každodenně doprovázejí i na práci v hodinách, ale i mimo ni. Cílem mé bakalářské práce je zjistit, kolik volného času tráví studenti středních škol sledováním televizních pořadů, na internetu, nebo při hrách na počítači, a zda je tyto faktory ovlivují v jejich zájmových úinnostech.

Jako rodič a pedagog vím, jak důležitou roli v životě každého z nás hraje výchova a vzdělání. Především role rodiny a školy utváří hodnoty společnosti a v dnešní uspěchané době nemůžeme opomenout ani vliv médií a masmédií, které nás každodenně obklopují a staly se nedílnou součástí našeho života. Pijeme ve světě, kdy čas ztratil na významu, kdy důležitou součástí dnešní společnosti se stala svoboda pohybu. Kde se vše navzájem proplétá a ovlivňuje, kdy se moderní doba vyznačuje neustálým rozvojem technologií a pohyb informací nabírá na rychlosti mnohem větší tempem, než si lze představit. Zejména rozvoj celosvětové počítačové sítě se může, ale i nemusí stát globální hrozbou nepředstavitelných rozměrů.

Počet obyvatel překročil hranici 7 miliard lidí, přesto je zde více jak 20 % světové populace dospělých negramotných, což je pro mnohé z nás nepředstavitelné. Dnešní vztahy lidí trpí pocitem morálního úpadku a to se jednoznačně negativním způsobem odráží i na společnosti. V dnešní době se považuje společnost za méně mravnou, než byla například sto lety. Lidé poukazují na celou řadu znamení, která svědčí o morálních problémech společnosti: rozpad rodin, nárůst užívání omamných a psychotropních látek, nezížená nenasytlost a materialismus, zatímco mnoho lidí ve světě trpí velkou chudobou. Rostoucí násilí, nepoctivost a v neposlední řadě sexuální otevřenost v masových sdělovacích prostředcích,<sup>1</sup> má vliv na špatný náhled mezi dobrem a zlem. Mohou za toto vše média? V tomto neustále se zrychlujícím elektronickém expresu máme pocit, jako bychom se hnali za ním, což již zítra bude považováno jako zastaralé. Vše kolem nás máme za nové, lepší, výkonnější a krásnější, přitom nám uniká podstata dneška, zatímco i dávné minulosti. Š

---

<sup>1</sup> WRIGHT, C. *Životní problémy o imakésan*, s. 11.

nejenom fascinuje, ale mnohdy také p ipravuje o as, v li, rodinný flivot, sv flet pohledu, tradi ní hodnoty, i tvo ivost.<sup>2</sup> D lefité je si uv domit ne to, co nám média d lají, ale jakým zp sobem s nimi nakládáme. Zda se v nich dokáfeme orientovat a rozpoznat to d lefité a podstatné.

Práce se skládá z teoretické a praktické ásti. Soust edím se v ní na vymezení základních poj m spojených s masovými médii a jejich vlivem na trávení volného asu u student na st edních kolách.

V první ásti nazvané šMédia a s nimi související základní pojmyø jsou vysv tleny takové kategorie jako média a masová komunikace.

Druhá ást šTelevizní vysílání a internetø mapuje historii televizního a internetového vysílání a jejich mofného vlivu na mládefl.

T etí ást šHodnotová orientaceø popisuje hodnotovou orientaci mladého lov ka v dne-ní spole nosti.

Ve tvrté ásti šVyuffívání volného asuø je vysv tlena základní terminologie volného asu a uplatn ní volného asu u mladých lidí.

Pátá ást šPohled na média a volný as z pozice sociologieø se zabývá médii a volným asem ve spole nosti s ohledem na mladé lidi.

V -esté ásti šVýzkum volného asu s d razem na médiaø jsou uvedeny základní zám ry -et ení spolu s výsledky. Své výzkumné hypotézy jsem ov ila pomocí dotazníkového -et ení a to zejména metodou kvantitativního výzkumu. Data byla získána pomocí terénního -et ení a jako techniku sociologického výzkumu jsem pouffila dotazník, studium dokument , odborné literatury a rozhovor se studenty. V této empirické ásti analyzuji a prezentuji grafickým znázorn ním a slovním rozborem získané výsledky -et ení, dále je zde uvedeno prost edí, ve kterém výzkum probíhal a výb r respondent , je zde stru n popsán záv r z celé praktické ásti, kde se v nuji porovnání poznatk z obou ástí, teoretické a praktické oblasti.

---

<sup>2</sup> BLAfiEK, B. *Tvá í v tvá obrazovce*, s. 14.

# **TEORETICKÁ ÁST**

# 1 Média a s nimi související základní pojmy

řivotní styl sou asného lov ka je významn ovlivn n médii, kařdý lov k má od vzniku e i pot ebu sd lovat a p íjímat r zné informace, neustále komunikovat a pomocí sociální interakce p sobit na r zné lidi kolem sebe. Mezi vynálezy, které ovlivnily lidské pokolení, kam bezesporu pat í vynález elektrického proudu, rozvoj automobilového pr myslu, zaujímá také velice významné místo vynález knihtisku, jehořl po átky spadají do doby st edov ku. M řeme v–ak íci, ře práv historie tradi ních médií byla zapo ata v 17. století a to se vznikem novin, o sto let pozd ji pak p íchod asopis a 20. století je stoletím rozhlasu, televize a na p elomu století internetu.

## 1.1 Média

Pojem média rozhodn pat í mezi nejpouříván j–í pojmy sou asnosti a setkáváme se s ním na kařdém kroku. Slovo médium vychází z latiny a znamená prost edek, prost edníka, zprost edkující initel ó tedy to, co n co zprost edkovává, zaji– uje. Proto se i s tímto pojmem m řeme setkat v mnoha dal–ích odv tvích, jako je nap íklad fyzika, chemie, biologie, výpo etní technika i teorie sociální komunikace, cořl je proces, v jehořl rámci se sd lují i vym ůjí informace.<sup>3</sup> V této ásti práce, bych se ráda zam ěla zejména na moderní masové komunikace, jeřl pat í mezi t i základní formy komunikace.

## 1.2 Masová komunikace

Po átek masové komunikace je spojen s p íchodem novin na po átku 17. stol. a s roz–í ením filmu, rozhlasu a televize po átkem 20. století a v 21. století také internetu. Takzvané hromadné sd lovací prost edky neboli masmédia slouřfí k p edávání informací velkým skupinám lidí. Pat í k nim p edev–ím noviny, rozhlasové a televizní vysílání a poslední dv desetiletí také internet. Masmédia mají velký vliv na spole nost jako celek, který je ovlivn n odli–nou kulturou kařdé zem . Jde p evářn

<sup>3</sup> Srov. JIRÁK, J.; KÖPPLOVÁ, B. *Média a spole nost*, s. 16.



o jednosměrný tok komunikace, který šdnes stejn ě jako v polovin ě 19. století vyvolávají jak nad ě, śe jsou spásným nástrojem p ě i ěně zásadních společenských problém ě, tak nejznámější obavy z neblahých d ěsledk ě, které svým jednáním mohou vyvolat.<sup>4</sup>

Hlavní funkce masmédií bývají vykládány v kladném i záporném smyslu. Krom ě funkce zábavné a oddechové zde hrají velmi d ěležitou funkci socializační, interpretační, orientační, informační a v n ě kterých p ě ípadech slouží i k ve ejné kontrole moci.

Pokud budeme toto téma studovat z prací r ězných autor ě, zjistíme, śe se jejich názory na masmédiá v mnoha p ě ípadech zna ěn ě odlišují. Podle kritik ě masmédiá snižují vkus ve ejnosti, p ě ípívají k morálnímu rozkladu, i zvyšují hladinu kriminality. Obhájcě masmédií zd ěrazují jejich roli p ě i ochran ě svobody projevu a poskytování kultury milion ěm lidě. Je úfelné pozorovat dva nesmiřitelné tábory t ěch, kte ě í ě í vlnu d ěsu z médií, nebo ty, jeřl vyznávají média jako nový kult moderní doby. Jeden z názor ě tvrdí, śe se *rodě nově fundamentalistě*, kte ě í zakazují moderně hudbu, po ě íta ovým hrám nebo i televizi p ě ístup do ěkolě i rodin. śchtě jí si zachovat svou ě istotu a svobodu tím, śe si zastíně o ě i a zacpou u ě. Je zvláštně, śe jim mnohdy vadí více ak ě ní filmy, i m ěkká pornografie na obrazovce, neřl neblahá zku ěenost v podob ě válek v nedaleké zemi, i lásky zbavený sex v podob ě prostituce. A samoz ěejm ě je zde druhý extrém, ti, jeřl tvrdí, śe média jsou dnes nejú ěinnějším prost ědněkem ovliv ěování, a śe by bylo nerozumné se jí nepoddávat.<sup>5</sup> Je více neřl jasné, śe ob ě tato stanoviska jsou mylná, av ěak ani jeden z t ěchto názor ě p ě esto nelze nikterak zleh ěovat, i ho považovat za úplný nesmysl.

V sou asné době se ěasto setkáváme s novými studiemi, které jednozna ěn ě poukazují na to, śe se dá najít souvislost mezi sledováním televize a internetu a stoupající agresivitou dosp ělých ěd ětě. śV posuzování mořlného ú ěinku médií hrají rozhodující roli t ě i základní faktory: stav společnosti samě, rozvoj médií a rozvoj poznání společnosti a uvařlování o ní<sup>6</sup>.

Podle toho je z ěejmé, śe média a p ě edev ěším masmédiá mají nesporný vliv na utvá ění jednotlivých proud ě, styl ě komunikace, výchovy, bydlení, oblékání, hudby, ale i trávení volného ěasu. Nemohu souhlasit s tvrzením, které uvádě Bohuslav Blaflek ve své knize *řTvá ě í v tvá ě obrazovce* śe: řSoudobá společnost není zdaleka tolik v moci médií v tom smyslu, śe jí svými sd ěleněmi ohlupují, śe jí vtlokají do hlavy, co si zamlou. Proti této hrozb ě má moderně ělov k slu ěnou imunitu, zvláštn ě po zku ěenosti

<sup>4</sup> JIRÁK, J.; KÖPPLOVÁ, B. *Média a společnost*, s. 41.

<sup>5</sup> BLAŘEK, B. *Tvá ě í v tvá ě obrazovce*, s. 83.

<sup>6</sup> JIRÁK, J.; KÖPPLOVÁ, B. *Média a společnost*, s. 48.

s totalitarismem. Nemalou pomocí je v této souvislosti česká ironie a schopnost hry s jazykem.<sup>7</sup> A stejně tak nesmyslné mi připadá tvrzení, kdy: „Nová média nejvíc ohrožují ty, kdo se jich bojí, kdo s nimi nedokáží flít a chtějí se s nimi vyrovnat jejich likvidací.“<sup>8</sup> Mnoho lidí, zejména mladá generace, je často přesvědčena, že to co vidí a slyší, je pravdivé a jífi nezkoumají, zdali by tomu mohlo být jinak. U lidí, kteří se neobávají, či se nebojí vlivu médií, je mnohem větší pravděpodobnost, že jsou médii ovlivněni natolik, že si sami ani neuvědomují, jak moc je s nimi manipulováno.

---

<sup>7</sup> BLAfiEK, B. *Tvá í v tvá obrazovce*, s. 89.

<sup>8</sup> Tamtéfi, s. 90.

## 2 Televizní vysílání a internet

Hlavním důvodem, proč jsem si právě vybrala televizní vysílání a internet je, že dnešní společnost, a zejména mladá generace s nástupem digitalizace komunikace, se z velké části odklonila od tradiční formy podoby médií k televizní a internetové produkci a díky digitalizaci televizního vysílání se v mnoha českých domácnostech začaly objevovat vedle dosavadních televizních stanic i stanice nové, které s sebou přinášejí mnoho rozličné zábavy, zpráv a nových informací, díky kterým máme pocit, že aktuální tok nových informací nás nemůže minout. V tomto nepřetržitém množství zpráv se nám pak může stát, že nové informace vnímáme jen podprahově, útržkovitě a přitom zahlcení touto informací si ani nevšimneme, že jsou mnohé informace vytrženy z kontextu skutečných zpráv. V tomto moderním expresu je zcela neobvyklé číst tolik nových zpráv, zvětšit, informací a oznámení, že se často soustředíme jen na palčivé nadpisy, barevné obrázky a slogany, které nám ve většinou těchto slovech mají vypovídat skutečnost o daném problému.

### 2.1 Televize a televizní vysílání

Slovník cizích slov definuje televizi jako *sdělovací prostředek pro enačející obrazové a zvukové informace prostřednictvím rádiových vln, které se v přijímači mění na obraz a zvuk*. Slovo televize bylo odvozeno z českého TELE daleko a latinského VIZIO vidět.

První pohyblivý obraz se podařilo přenést v roce 1925 Charlesi Francisovi Jenkinsovi z Washingtonu DC. V roce 1929 začala pak v Londýně stanice BBC s pokusným televizním vysíláním. První televizní vysílání bylo ale zahájeno v roce 1935 a to v Berlíně. V České republice bylo zahájeno v roce 1953, a do roku 1960 bylo televizním signálem pokryto celé území státu.<sup>9</sup> V souvislosti vlastní televizi převládá v tuzemské oběh. Vliv médií se promítá, stejně tak, jak se promítají jejich uživatelé. To vše souvisí i s dramatickými proměnami obsahové náplně televize a vkusu diváků. Zde musíme uvést nové trendy v televizní zábavě, kdy mezi diváky atraktivní pořád stále patří povídkové seriály, se na ně obrazovky ve velkém množství dostávají různé

---

<sup>9</sup> Srov. *Historický vývoj médií* [online].

reality show, jako jsou například známé talentové, kulinářské, profesní a seznamovací pořady. V neposlední řadě musíme zmínit bulvár, který se stává stále více vyhledávanou slofkou i v mnoha jiných masmédiích.

## 2.2 Televize ne pro děti, ale s dětmi

Televize je často kritizována i nadto mnoha odborníky, za její jednosměrnou komunikaci a neschopnost přenášet složitější problémy. Nelze ignorovat i fakt, že televize kazí děti. Z mnoha studií dnes víme, že sledováním televize může vést k poruchám spánku, nepatřitého soustředění a dítě může mít větší sklony k agresivitě.

Kniha *ŠD ti se umí dívat na televizi* s podtitulem *ŠO smysluplném zacházení s médii*, jejím autorem je psycholog a rodinný poradce Jan-Uwe Rogge, popisuje ve své knize, jak detský divák doopravdy prožívá televizi a televizní násilí. *ŠVnímání celým tělem* za účasti všech smyslů a s potěbou přehrávat a dohrávat vzrušující útržky děje po skončení programu patří ke způsobům, jak se děti úspěšně vyrovnávají s napětím a tedy jak se u dětí vyrovnávat i pro další život. Zakrývání obav, zaplácávání úst, přeskoky do hry s panenkou, zlehčující vtipkování se souvokcem, drflení se rodičem za ruku, požívání pamlsků, to všechno patří k bezděkně naskakujícím obranným mechanismům.<sup>10</sup> Rogge tedy nebere *negativní dopad* televizního násilí a nesoudí televizní program podle toho, jak jej hodnotí dospělí, protože nevědy naučné filmy jsou pro děti v daném okamžiku užitečné a naopak.

Podle Roggera: *ŠD ti* často daleko víc rozvíjí scénou rodinné hádky ze seriálu nebo přirodní katastrofa ve zprávách, protože ji uvádí do vztahu ke svým starostem a tužbám (častý je strach ze ztráty rodiče). Věc platí, že čím lépe je na tom dítě ve své rodinné konstelaci a vztazích s blízkým okolím, tím lépe se vyrovnává se silnými televizními zážitky a tím méně má sklon televizi propadat.<sup>11</sup> Dítěť jsou částí je pak divácká gramotnost, která je především ovlivněna v něm jedinec, tak aby byl jedinec, v tomto případě dítě, bylo schopné rozpoznat, co je a co není vhodné. To vše pak rozvíjí dětskou individualitu a charakter člověka, jako jedinečné bytosti, která podle vlastního i šne-vlastního uvážení se stává součástí masové komunikace.

<sup>10</sup> BLAŽEK, B. *Tvá í v tvá obrazovce*, s. 169.

<sup>11</sup> Tamtéž, s. 170.

Dále například podle studie psychologičky Patricie Greenfieldové se šlo od devíti nebo deseti let rozvíjí schopnost komplexnějšího porozumění filmu. Ve vyprávění se rozlišuje hlavní dějová linie od vedlejších, nadále jsou ale detaily. Scény pokračují zůstávají od sebe odděleny. Právě zvukové a mimické projevy setrvávají. V tomto vku chlapci začínají skrývat své citové zážitky, zvláště když jsou v místnosti přítomny dívky<sup>12</sup> atd. Detaily je tedy zejména u dětí podporovat jejich nezávislost a rozvíjet v nich otevřený dialog tak, aby se z pasivních konzumentů médií nestávaly děti závislé. Zde tedy platí *televize ne pro děti, ale s dětmi*. Nepřehlédnutelným faktem je, že poslední dobou je patrný odklon od televize, i když se tím sledovanost televize nikterak nesnížila směrem k internetu.

## 2.3 Internet

Rychlé tempo společnosti a fluktuálního stylu sebou přináší i mnoho druhů rozličných zábav, ke kterým dnes bezpochyby patří i internet. Internet jako takový existuje více jak 40 let, ale teprve aplikací WWW (World Wide Web – zkráceně web), ve volném překladu světová pavučina, který společně s HTTP (Hypertext Transfer Protocol), což je internetový protokol, který se může označit jako znakový jazyk, jenž nám umožňuje napsat stránky, a díky kterým můžeme do stránek vkládat různé videa, fotografie apod., existuje teprve 20 let, nám umožní komunikovat a sdílet data pomocí hypertextových odkazů zejména v síti internetu. Autorem Webu je Tim Berners-Lee a díky této aplikaci je na internetu připojeno více jak 2 miliardy lidí.<sup>13</sup>

Slovo internet pochází z latinské předpony INTER, český mezi, a anglického NETWORK neboli síť. Internet jako takový nám nepochybně poskytuje více výhod a mnoho možností komunikace, jako jsou například webové stránky, blogy, internetové vyhledávače, elektronická pošta, nejznámější internetová fóra, i chatroomy apod.

Internet u nás byl připojen v roce 1991, a to pouze pro akademickou sféru. První pokusy internetu pro veřejnost byly velice nákladné, teprve až s příchodem Seznamu v roce 1996 nastal i internetový boom u nás. V České republice se širší internetová populace odhaduje na 6,3 milionu lidí. Podle dostupných průzkumů, které jsou každodenně zveřejňovány na různých internetových portálech, tráví průměrný uživatel

---

<sup>12</sup> BLAŽEK, B. *Tvá i v tvé obrazovce*, s. 169-171.

<sup>13</sup> Srov. GILES, D. *Psychologie médií*, s. 143.

na internetu kolem 15 hodin týdně, a i když stále nejvíce lidé Internet využívají pro získávání informací o produktech a službách, získávají informace pro svoji práci a studium a teprve až na tomto místě je sledování videa a jiné.<sup>14</sup>

Fenoménem posledních let jsou však bezesporu sociální sítě, které se stávají novým komunikačním kanálem. Lidé se pomocí těchto sociálních sítí mohou virtuálně setkávat i v době, kdy by to pro ně bylo zcela nemožné. Kromě toho, lidé se na sociálních sítích sdružují různé skupiny lidí, kteří využívají tyto sítě k mnoha formám zábavy, jako jsou různé zprávy, spoty, videa, prohlížení a vkládání digitálních fotografií. Mezi velice oblíbené sociální sítě patří například Twitter, Google+, Myspace, Linkendln, Orkut, Tuenti a mnoho dalších. Mezi oblíbené sociální sítě v České republice patří například Lidé.cz, Spoluřádkáři.cz, SFD.cz a nepochybně Facebook, který každodenně užívá více jak jedna miliarda lidí na světě, se stejnou takovou velkou pozorností u nás, nebo každým dnem je na Facebooku registrováno více jak 3,8 milionů českých uživatelů.<sup>15</sup>

Internet nám tedy poskytuje nejenom pestrou paletu zábavy, ale stává se pro nás obrovskou encyklopedií poznání, ale i práce, jenž nám dává možnost vykročit z pasivních konzumentů médií a stát se jejich spoluvytvářiteli, ale zároveň i šířitelé klíčových zpráv, omylů a v poslední době i nové podoby –ikany tzv. kyber–ikany. Dnes se již nepozastavujeme nad tím, lidé dokážeme propojit jednu zemi s jinou zemí, lidé se jen b hem n kolika málo vteřin dokážeme spojit pomocí nových technologií na kohokoliv na druhé straně světa a bez jakýchkoliv problémů s ním komunikovat. Přesto je i zde mnoho varovných příkladů, které svědčí o tom, že i internet může být neopatrným rádcem pro mnohé jeho uživatele. To dokládá nedávný příklad z Velké Británie, kdy mladá generace pomocí sociálních sítí podnětovala své vrstevníky a příznivce k výtržnictví a rabování v ulicích měst, nebo sebevraždě odkaz mladé dívky, která pod tíhou kyber–ikany zanechala zprávu pro ostatní v podobě krátkého videa a mnoho dalších neuvěřitelných, hrůzných, ale i fascinujících zpráv a videí, které nás každodenně přesvědčují o tom, na jak tenký led v kyberprostoru vstupujeme.

---

<sup>14</sup> Srov. ECKERTO VÁ, L., DO E KAL, D. *Bezpečnost dětí na internetu*, s. 19-38.

<sup>15</sup> Srov. Tamtéž, s. 28.

### 3 Hodnotová orientace

Zájmy, potřeby a hodnotová orientace člověka jsou nedílnou součástí naší existence. Hodnoty zaujímají významné místo v chování lidí, mladé lidi nevyjímaje. Hodnoty a ideály jsou důležitými motivy našeho chování, proto se určí do značné míry stanoviska, je-li každý z nás zaujímá v dnu kolem nás. Vznik i změny hierarchie hodnot závisí na aditivě, kam bezesporu patří v k, rodina, vzdělání, výchova, profesní a společenské zaměření. Představy o těchto hodnotách nalezneme v mnoha náboženských textech, v Bibli, i u významných filozofů jako byl Platón i Aristoteles. Touto tematikou se dále zabýval například Tomáš Akvinský, v novověku to pak byli Thomas Hobbes i Immanuel Kant.

Existuje tedy mnoho směrů a pohledů jak rozlišit hodnoty a hodnotovou orientaci. Podle známého německého psychologa Eduarda Sprangera lze hodnotovou orientaci rozlišit na typ *teoretický*, jehož cílem je hledání pravdy a hodnotou je poznání, dále pak na typ *ekonomický*, jehož cílem je sebezáchova, hodnotou je užitnost, typ *estetický*, jehož cílem je hledání harmonie, hodnotou je krása, dále typ *sociální*, jehož cílem je konání dobra, hodnotou je láska, typ *politický*, jehož cílem je ovládnutí druhých, hodnotou je moc a typ *náboženský*, jehož cílem je šsebepesahů, hodnotou je jednota s Bohem.<sup>16</sup> Hodnotový systém současného dospívajícího jedince se utváří ve složitých podmínkách. Společnost dává jedinci signály o možnosti jednat v rozporu s hodnotovým systémem společnosti.<sup>17</sup> Proto obavy o změnách orientace hodnot u mladých lidí jsou oprávněné, a to zejména v důsledku rozvíjení komunikačních technologií, který nám každodenně podává pestrý obraz v podobě nezájmu, sobeckého jednání, sexuální otevřenosti, neschopnosti a korupce v mnoha podobách.

---

<sup>16</sup> Srov. KOHOUTEK, R. *Zájmy, potřeby a hodnotová orientace člověka* [online].

<sup>17</sup> SAK, P.; SAKOVÁ, K. *Mládež na křižovatce*, s. 9.

## 4 Vyuffívání volného asu

Volný as je pom rn novým pojmem, a aniř si to mnozí z nás uv domujeme, zaujímá významné postavení v na-ích řivotech, protoře práv díky volnému asu m řeme plánovat na-e sny, ideály a p edstavy. řPod pojmem volný as se b řin zahrnují odpo inek, rekreace, zábava, zájmové innosti, zájmové vzd lání, dobrovolná spole ensky prosp -ná innost i asové ztráty s t mito innostmi spojené. Z hlediska d tí a mládeře do volného asu nepat í vyu ování a innosti s tím související, sebeobsluha, základní pé e o zevn -ek a osobní v ci, povinnosti spojené s provozem rodiny, domácnosti, výchovného za ízení, i innosti zabezpe ující biologickou existenci lov ka (jídlo, spánek, hygiena, zdravotní pé e).<sup>18</sup> Jedná se tedy o mimopracovní a mimo-kolní as, který m řeme vyplnit svobodn , na základ na-ích zájm , nálad a pocit . Volný as plní funkci zejména relaxa ní, rekrea ní a rozvojovou a s rostoucími nároky v pracovní sfé e, se lidé asto zam ují na volný as, jako na prostor, kde se dají uplat ovat vlastní hodnoty a p edstavy o řivot . Mnoho mladých lidí, stejn tak jako mnoho dosp lých jedinc , chápe volný as jako takzvaný protipól v í pracovní a -kolní dob . V tomto ase, pak kompenzují své p edstavy a zájmy, protoře vnímají volný as, jako as, ve kterém práv řijí a mohou se pln realizovat. Zp sob trávení volného asu u mladých lidí má svá specifika, která se m ní jednak s p íbývajícíím v kem, ale jsou odli-ná podle pohlaví a dosařeného vzd lání. Orientace ve volném ase u mladých lidí má velký význam pro celofřivotní orientaci lov ka, jeho budoucí zam ení a profesní řivot. Je v-ak nutné si uv domit, ře je dobré stále usilovat o optimální napl ování volného asu, tak abychom p edcházeli nep íznivým vliv m. Je d leřité vnímat dimenzi volného asu, jako as, ve kterém bychom mohli reflektovat prořité v ci z minulosti, p ítomnosti, ale i budoucnosti, ve které se podle docenta Michala Kaplánka stal volný as oblastí, v níř se velmi nápadn zrcadlí spole enské zm ny. Tyto spole enské zm ny pak ovliv uje zejména rodina, -kola a spole nost, ve které vyr stáme.

Podle Petra Saka, který ve své knize řMládeř na k ifřovatceř podává velice podrobný p ehled o aktivech trávení volného asu u mladých lidí, se domnívá, ře s p íbývajícíím v kem stoupá význam náro n j-ích aktivit a naopak s p íbývajícíím

---

<sup>18</sup> PÁVKOVÁ, J. a kol. *Pedagogika volného asu*, s. 13.



v něm klesá zájem o sportovní aktivity a diskotéku. Adolescenti se tedy nejvíce věnují sledování televize, hudbě, povídání si s přáteli a nicneděláním, dále pak práci s počítačem, aktivním sportem, kulturou ale i studiem a erotikou.<sup>19</sup>

---

<sup>19</sup> Srov. SAK, P; SAKOVÁ, K. *Mládež na křižovatce*, s. 59-72.

## 5 Pohled na média a volný čas z pohledu sociologie

Ve vývoji společnosti jsou znatelné změny a proměny, které s sebou přináší mnoho pozitivních, ale i negativních proudů. Tyto přechody je pak nutné analyzovat, vyhodnocovat a stále hledat nové řešení tak, abychom obstáli v kolektivu velkých skupin jako jednotlivci, kteří se každodenně dostávají do konfrontace s ostatními lidmi kolem nás. Proto, abychom tyto změny byli schopni lépe pochopit, nám napomáhá sociologie, která se snaží podat celkový obraz o společnosti. Tato v dnešní disciplína se začala formovat v 1. polovině 19. století a za jejího zakladatele je považován August Comte. Vznikla v době zásadních hospodářských a sociálních změn, kdy dochází k překotnému nástupu industrializace a s ním spojenému i s kapitalistickému způsobu hospodaření. Svět se odpoutává od náboženství a vědecká pozornost je směřována na pokrok, lidský rozum, svobodu a zlepšování životních podmínek. Dochází tak k masivnímu stěhování lidí z venkova do měst, kde prudce stoupl počet obyvatel. Průmyslová revoluce tedy nejen podnítila rozvoj nových věd a nových technologií, ale přispěla i k naprosté restrukturalizaci společnosti. Široké vrstvy obyvatelstva byly vytrženy ze svých duchovních, sociálních a hospodářských kořenů, což mělo za následek obrovský morální a kulturní úpadek. Tento otřes stability sociálních vztahů tak vyvolal potřebu vzniku sociologie, která jako *in da o spole nosti* i *in da rozumu* umožnila vidět svět z mnoha perspektiv a přispívat tak k odstranění prázdnosti mezi různými skupinami ve společnosti. Úkolem sociologie je tedy zkoumat existující rovnováhu i vznikající dynamiku společnosti, kterou pochopíme, pokud jí budeme sledovat v širším kontextu ruku v ruce s filozofií, historií, ekonomii, psychologií, antropologií, politologií i ekologií. Sociologii tedy můžeme chápat jako vědu o jednání lidí ve společnosti a s její pomocí tak přehledně dopady našeho chování pro budoucí generace.<sup>20</sup>

---

<sup>20</sup> Srov. GIDDENS, A. *Sociologie*, s. 14-30.

## 5.1 Média v sociologické perspektivě

Ve světě plném změn, nových technologií a globalizace si snad nikdo z nás nedokáže představit budoucí svět, který může být stejně tak vzdálený, jako možnost, že se ho dočkáme. Sociologie nám ve vztahu k médiím podává celkový obraz z oblasti empirického i teoretického poznání a napomáhá nám pochopit jejich dopady na chování lidí. V sociologii tedy nejde jenom o zkoumání daného problému, ale jde především o hlubší provázanost konkrétních změn, díky nimž máme nabídnout možnou změnu. Sociální teorie si ve vztahu k médiím klade základní otázku a to, jaký je podíl médií na podobě společnosti a jak ovlivní sociální procesy.

Je více než jasné, že s rozvojem nových technologií, jako je satelitní přenos, internet a digitalizace vysílání se výrazně proměnila tvář masové komunikace. Vedle veřejnoprávního sektoru vzniká komerční odvětví, které se často orientuje na jiný okruh svých příjmců a výrazně se rozšířil okruh těch, kteří mohou do mediálního světa vstupovat. Přesto se dá říci, že komerční a veřejnoprávní sektor napomáhá k udržování rovnováhy a díky autoregulačním schopnostem a danému kodexu se média neproměnila pouze v bulvární a politicky jednostranný nástroj moci. Média nám tedy za pomoci zpráv a informací mohou posouvat naši hodnotovou orientaci a stejně tak mohou napomáhat k rozvoji demokracie nebo ji zcela popít.

## 5.2 Sociologie volného času

Volný čas, tak jak ho chápeme dnes, je předmětem mnoha úvah a teorií, které poukazují na možné problémy svázané s mimopracovní a mimo-kolní činností a i když je volný čas volíme svobodně a na základě svých zájmů, nálad a pocitů, můžeme se stát, že jej budeme trávit tak, jak to dělají druzí. Čijeme v době, kdy je volný čas plně v naší kompetenci. Můžeme se tedy dle vlastní libosti v novat mnoha zájmovým činnostem, chodit do kina, divadla, posedět v kavárně s přáteli, sportovat, číst zajímavé knížky, nebo surfovat po internetu. Činností, kterým se vnujíme ve volném čase, je nepřehledné množství a z hlediska naplnění i spíše smysluplného využití, nám volný čas nejčastěji poskytuje relaxaci a odpočinek.

Z výzkumu, kterému se v roce 2007 podrobil v rámci mezinárodní komparativní výzkum ISSP, který se vedl nejen v České republice, ale i v Evropě, vyplývá, že nejvíce volného času trávíme před televizí a posloucháme hudbu. Mezi další nejrozšířenější

aktivity patří čas strávený na internetu, chození po obchodech a nakupování, dále četení knih, sport a procházky. Pokud však tyto výsledky porovnáme s českou populací, pak zjistíme, že výrazně více času strávíme nakupováním, více se vnujíme ručním pracím a kutilstvím a také nepatrně více tanečnickými aktivitami. Naproti tomu výrazně méně času trávíme před počítačem, méně sportujeme a nechodíme tak často do kina.<sup>21</sup>

Z hlediska funkce volného času se v této oblasti zaměřujeme na odpočinek, zábavu a rozvoj vlastní osobnosti. Je však nutné si uvědomit, že i ve volném čase můžeme docházet k neřádným a nezákonným aktivitám a to zejména u dospívající mládeže, která mnohem častěji podléhá braní drog a nekonvenčnímu způsobu života. Ze sociologického hlediska je adolescence obdobím, kdy se mladý člověk odpoutává od své primární rodiny, hledá své vlastní místo ve společnosti a přijímá své vlastní dospělácké hodnoty.

Existuje tedy celá řada faktorů, které ovlivňují trávení volného času, kam patří věk, pohlaví, vzdělání, sociální postavení, charakter, vliv rodiny, školy, přátel, zdravotní stav, množství volného času, a jeho dostupnost.

---

<sup>21</sup> Srov. Naše společnost. časopis Centra pro výzkum ve veřejném mínění Sociologického ústavu AV ČR, v.v.i., s. 21-27.

# **PRAKTICKÁ ÁST**

## 6 Výzkum volného času s drazem na média

Cílem výzkumu konkretizovaným prostřednictvím předem tu bude zkoumání vlivu masmédií na trávení volného času u studentů na středních školách.

Pro získání informací byla vybrána dotazníková metoda, která byla provedena na středních odborných školách v Jihozápadním kraji. Dotazníkové šetření bylo realizováno v hodinách společenských věd, kde měl každý respondent možnost vyplnit anonymní svůj elektronický dotazník. Dotazník jsem si vybrala právě proto, protože je jedním z nejpoužívanějších výzkumných technik, při které lze poměrně snadno, rychle, ekonomicky a nenáročným způsobem získat informace od většího počtu respondentů. Při vytváření dotazníku jsem se zejména soustředila na formulování jednotlivých otázek, protože vytvoření kvalitního dotazníku vyžaduje pečlivou a přesnou práci. Pokud má dotazník fungovat, je vhodné začít zajímavými otázkami, na které se snadno odpovídá, dále položit méně zajímavé otázky a poté citlivé osobní otázky.<sup>22</sup>

Za cílovou skupinu jsem si zvolila studenty středních a odborných škol v Písku, Jihozápadním kraji, a to právě proto, protože v jedné z těchto středních škol pracuji. Výběr studentů je založen na kombinovaném výběru, a to zejména proto, aby zde byl zastoupen pestrý výběr studentů středních škol. Daného průzkumu se účastnili studenti středních odborných škol, středních uměleckých škol, gymnázia, příměstské kluby a obchodní akademie. Konkrétně jsem zjišťovala, zda-li masmédiá ovlivňují dnešní mládež natolik, že v čase volného času tráví ve virtuálním světě mediálního koloběhu.

Dotazníky byly vyplněny po domluvě s třídními učiteli a vedením škol. Také bylo požádáno o svolení rodičů dotazovaných studentů. Každý student, měl možnost vyplnit svůj dotazník dobrovolně, v rámci výuky i doma. Online dotazník byl uveden na adrese: <http://www.vyplnto.cz/realizovane-pruzkumy/masmedia-volny-cas/>. Dotazník se skládal z 18 otázek, kde měl každý respondent možnost zaškrtnout vždy minimálně jednu odpověď, která byla pro něj charakteristická, nebo která nejlépe vyjadřovala jeho/její názor či postoj. Dotazník vyplnilo 405 respondentů a to v době od 27. 1. 2013 do 20. 2. 2013.

---

<sup>22</sup> JANDOUREK, J. *Úvod do sociologie*, s. 211.

### **Výsledková část dotazníkového –et ení je rozdělena do těchto dílčích kapitol:**

- Hodnotová orientace;
- Vyuffití volného asu;
- Zájem o média ve volném ase.

### **Mezi dílčí cíle daného pr zkumu patří:**

- Zjistit, kolik asu student/ka tráví před obrazovkou;
- Zjistit, zdali se student/ka v nuje n jaké jiné volno asové aktivit ;
- Zjistit, jestli se student/ka v novali jiné volno asové aktivit v předchozích letech;
- Zjistit, zda student/ka mají snahu vymanit se vlivu masmédií;
- Zjistit, jakému typu masmédií student/ka dávají přednost.

Výsledky budou prezentovány grafickým znázorněním a slovním rozbohem v návaznosti na hypotézy, které budou verifikovány nebo falzifikovány.

### **Hypotézy**

H. Volný as v zjetí masmédií ó Volný as mladých lidí se v dne-ní dob napl uje pouze prost ednictvím masmédií.

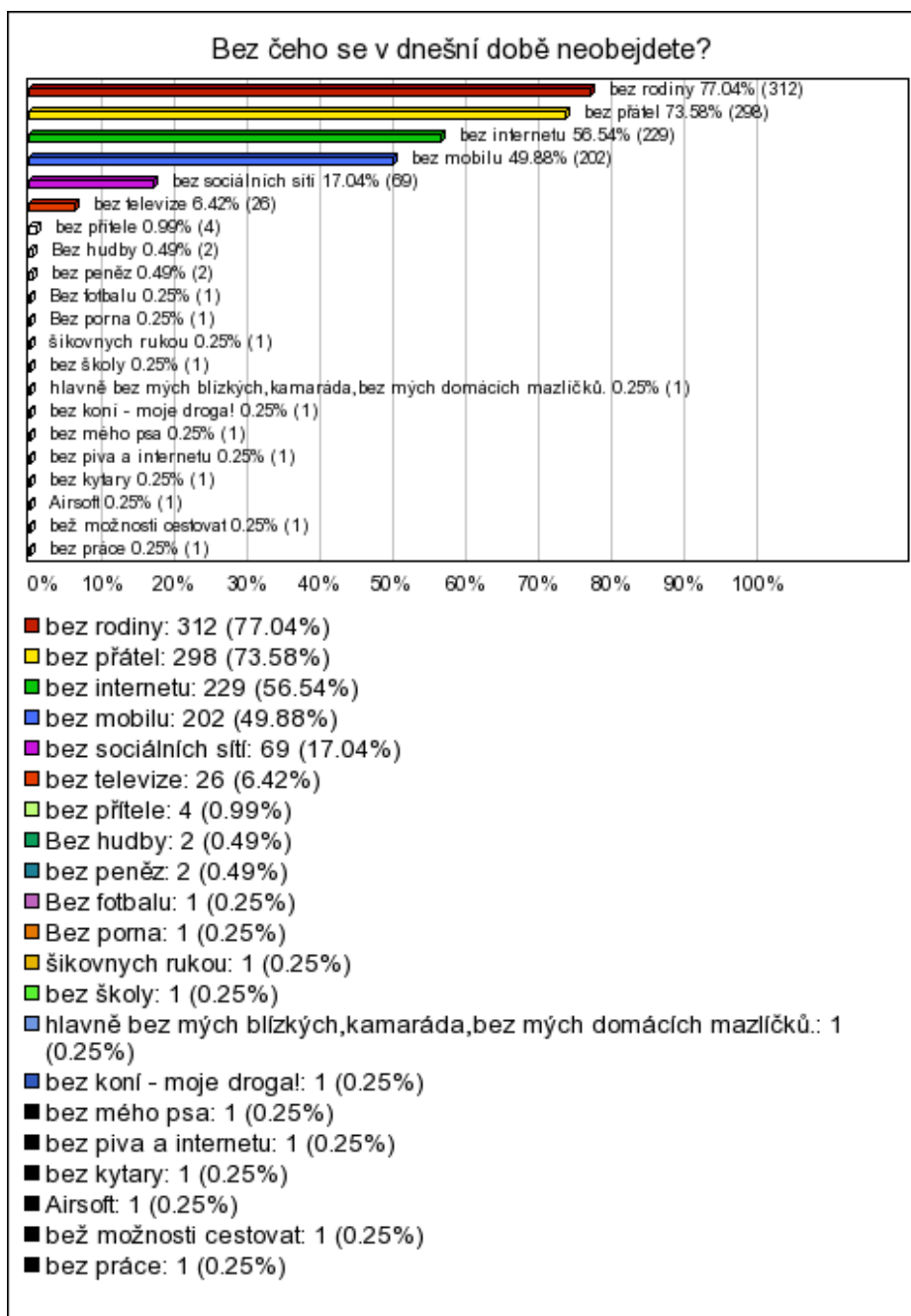
H1/ Trávení volného asu se nejvíce zam uje na televizní vysílání a internet.

H2/ Masmédia mají negativní vliv na vyuffití volného asu zejména u mladých lidí.

## 6.1 Analýza a prezence získaných výsledk hodnotové orientace

V této empirické části se zaměřím na hodnotové orientace mladých lidí. Odpovědi na jednotlivé otázky jsou znázorněny prostřednictvím grafu, pod kterým je vždy uveden krátký komentář. Hodnotové orientace jsou prezentovány v pěti následujících grafech.

Graf . 1



První otázka tohoto bloku zněla: „Bez čeho se v dnešní době neobejdete?“. Výsledky přináší graf . 1, kde je patrné, že z celkového počtu dotazovaných, tedy 405



respondent , se 77 % dotazovaných mladých lidí na středních –kolách neobejde bez rodiny, což pro mne bylo velkým překvapením, protože z mnoha rozhovorů se studenty, které jsme vedli v hodinách společenských věd, nás studenti často přesvědčovali a přesvědčili o úplném opaku. Mladí lidé pod tíhou tlaku svého okolí nás takto mladí lidé klamou, a to jen proto, aby vypadali více nezávisle a svobodně, a to přesně tak, jak oni sami vidí internet. Mladí lidé, pro které je stále rodina prvním sociálním útvarem, se kterým se od chvíle po svém narození setkává a je pro ně samozřejmostí, chápou rodinu stále jako svůj domov, jistotu a bezpečí, a i když se rodina v průběhu historie měnila a mění, její základní funkce zůstávají stejné. Přesto se tato generace mladých lidí liší v tom, že přišla na svět v době, kdy začínala nová éra mediálního masového textu nejen ve světě, ale i u nás, a tou je právě internet. Dnešní mladí lidé nerozlišují hranici mezi světem online a offline a život bez internetu je pro ně zcela nepředstavitelným. Internet se pro tyto mladé lidi stává především prostředím plným zábavy a volného času a postupem času také studia. Mladí lidé na středních –kolách, jimi nejsou tak pod drobnohledem svých rodičů, jako to bylo dovedleku jejich 15 let. Společodem na střední –koly tak vstupují do nových situací, v nichž se mohou často bez jakýchkoliv omezení vnovat svých zálibám a zájmům. Za pomoci chytrých mobilů, neboli smartphonů, se internet stává zcela mobilním a tudíž i nepostradatelným a stále přibližně. Každodenně se pak setkáváme se studenty, kteří si v hodinách hrají hry, dívají se na různé videa, a chatují se svými kamarády a ve svém volném čase pak tráví na sociálních sítích nebo sledováním filmových novinek, a pornografie.

Toto bouřlivé období přechodu k psychické dospělosti se tak stává prostorem pro získávání vlastní závislosti na rodině a to zejména od závislosti na rodičích až k autonomní nezávislosti. Tato doba dorůstání, dospívání neboli adolescence je charakteristická jako doba protestu proti jakémukoliv ustálenému způsobu jednání. Mladí lidé mají velkou potřebu se diferencovat od převažujících společenských standardů a životních stereotypů. V této době se mladí lidé často oddávají hudbě, tanci a nevázanému sexu. Pohlavní život mladých lidí, hledání vlastní identity a tělesný vzhled je pak pro dospívající mládež hlavním předmětem jejich zájmu. V adolescenci pak někdy dochází k osobním krizím a nepochopitelnému chování, mladí lidé jsou více náchylní k užívání drog a hledání neobvyklých zážitků vůbec, na konci tohoto období pak nastává citové a rozumové uklidnění.<sup>23</sup> Adolescence je tedy přechodným obdobím,

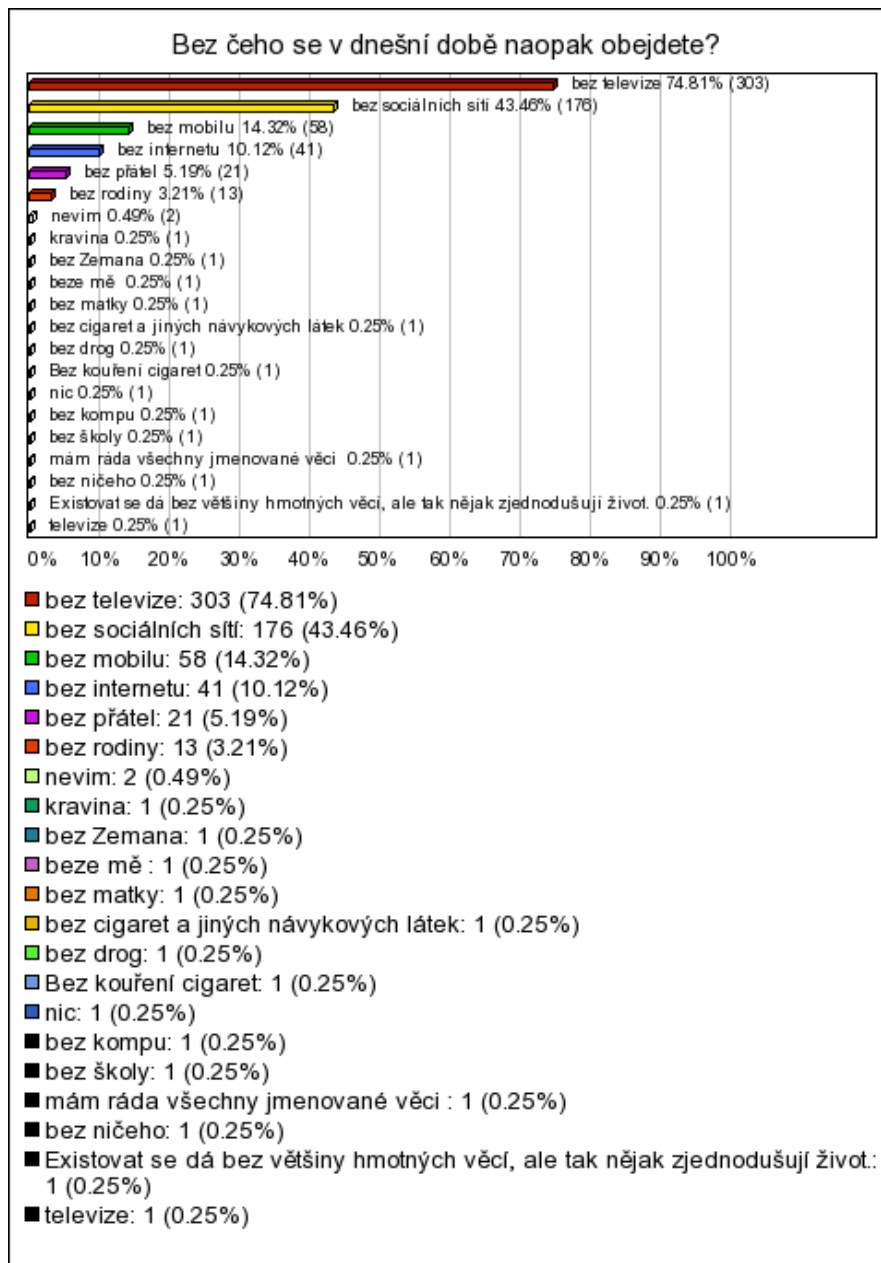
---

<sup>23</sup> Srov. NAKONE NY, M. *Psychologie*, s. 681-683.

které poskytuje prostor, čas a možnosti, aby se každý jedinec mohl upravit na dospělou v oblasti psychické, biologické i sociální. Toto období pak končí tehdy, když je člověk schopen zvládnout všechny role dospělého, včetně schopnosti vlastní oběvy.

Další otázka, jejíž výsledek byl zaznamenán v grafu 2, zní: Šežeho se naopak v dnešní době obejdete?

**Graf 2**

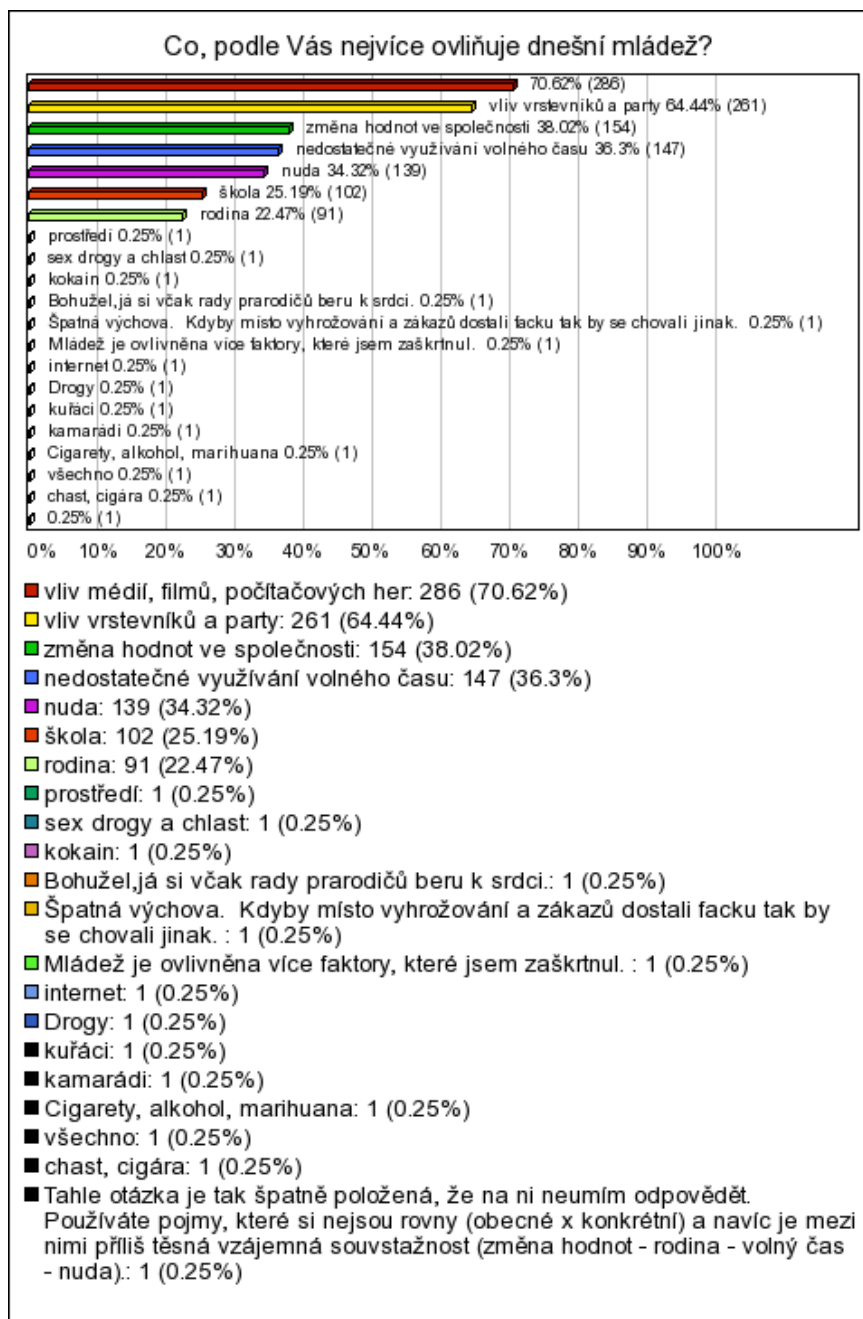


Podle grafického výsledku je vidět, že se dnešní mládež z velké části obejde bez televize. Na druhou stranu je však nutné se zamyslet nad tím, zdali se tento fenomén pouze nevymílá za internetové prostředí, kde je možné sledovat

i mnoho televizních po ad online, dostupných v r zných archivech, i online úschovných.

Dal-ím tématem v rámci -et ení pokrývá otázka: šCo podle Vás nejvíce ovliv uje dne-ní mládeff?õ

**Graf . 3**

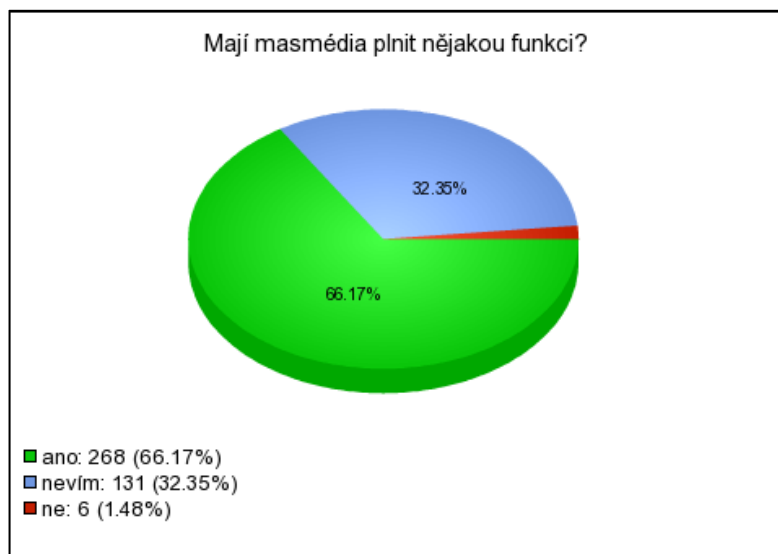


Mladí lidé odpov d li, fe je nejvíce ovliv ují média, filmy a po íta ové hry. K této odpov di se p iklonilo 71 % dotazovaných. Na druhém míst je pak vliv vrstevník a party, dále pak zm na hodnot ve spole nosti a na tvrtém míst je nedostate né

využívání volného času. Z těchto odpovědí se dá tedy usoudit, že si je dnešní dospívající mládež v domě rizik, kterou sebou přináší hromadné sdělovací prostředky a nedostatečné využívání volného času.

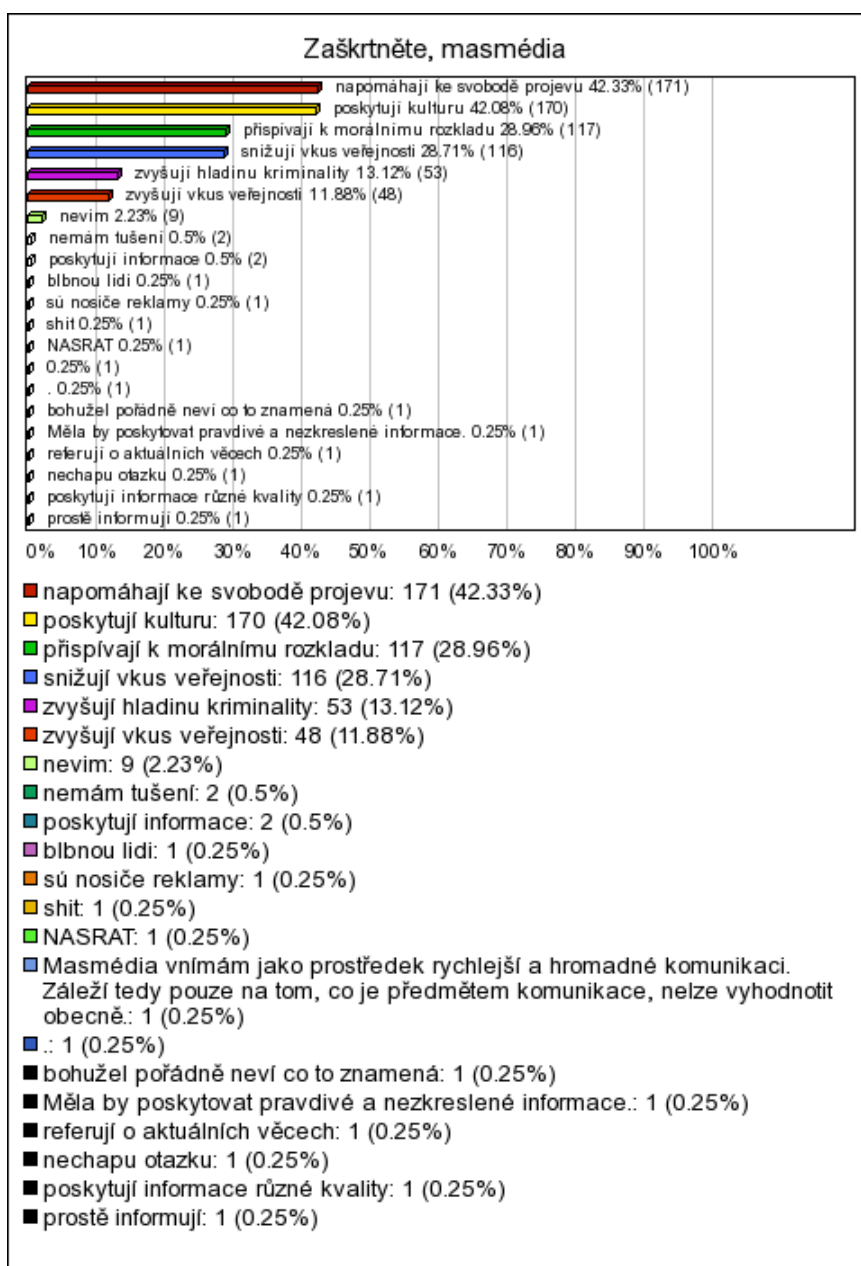
Následující blok byl v novějším hodnocení médií. V grafu 4 se zabýváme funkcemi masmédií, které jsou chápány jak v kladném tak i v záporném smyslu. S grafem 4 pak souvisí další otázka, která blíže specifikuje funkce masmédií.

**Graf 4**



Podle výše uvedených údajů vyplývá, že pro 66 % mladých lidí mají masmédiá plnit nějakou funkci a pouze 1 % dotazovaných se myslí, že nemá plnit žádnou funkci, 32 % respondentů je nerozhodných.

Graf . 5

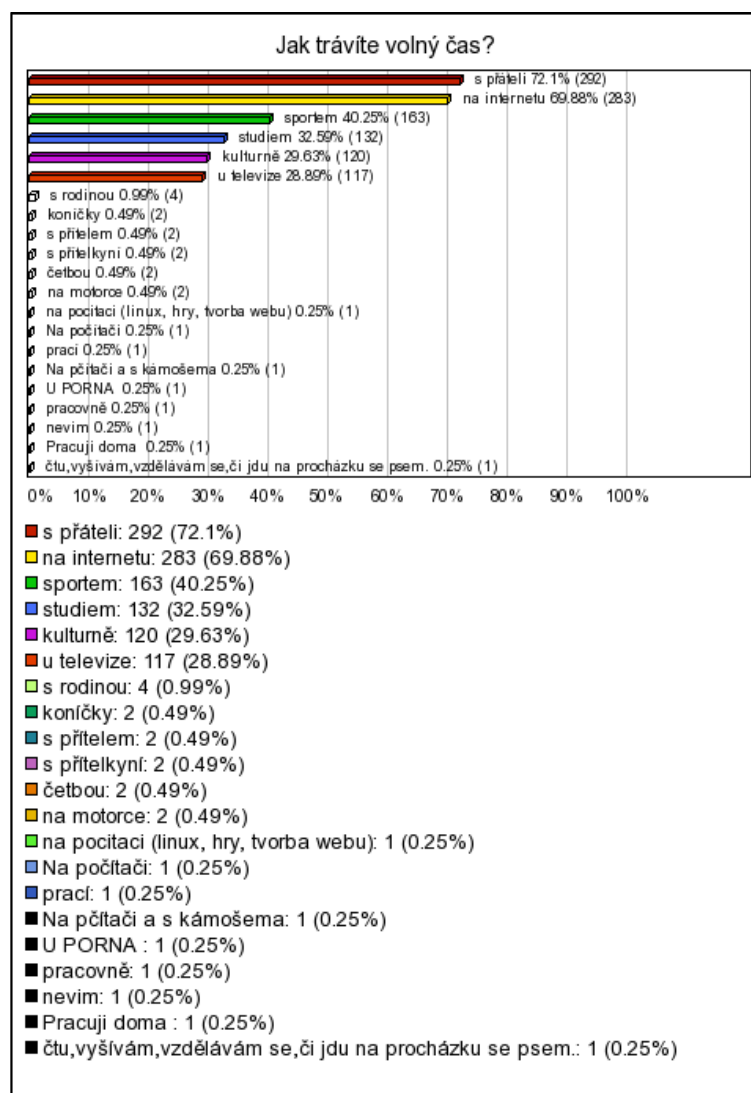


Z následujících otázek, ve kterých respondenti zaškrtovali odpovědi, jakou funkci plní masmédia, vyplývá, že se zkoumaní studento-koláci domnívají, že masmédia napomáhají ke svobodě projevu, poskytují kulturu a oproti tomu se stejně tak domnívají, že přispívají k morálnímu rozkladu a snižují vkus veřejnosti, i zvyšují hladinu kriminality. Z výše uvedených výsledků vyplývá, že masmédia mají u mladých lidí spíše pozitivní charakter nežlyze negativní.

## 6.2 Analýza a prezentace získaných výsledků vyuffvání volného asu

Tato ást je v nována innostem ve volném ase u mladých lidí. Výsledky jsou zaznamenány v p ti následujících grafech. První z nich ilustruje aktivity ve volném ase.

Graf . 6



Podle výsledků, které jsou uvedeny v grafu . 6, je vidět, že 72 % mladých lidí tráví svůj volný čas s přáteli. Na druhém místě je internet, dále sport a studium, kterému se vnuje 33 % respondentů.

K otázce, jak strávíte volný čas, je nutné položit otázku, jestli dnešní mládež dokáže dobře hospodřit s volným časem. Její výsledek je zaznamenán v grafu . 7.

**Graf . 7**



Z grafu . 7, ve kterém jsme se dotazovali mladých lidí, zdali dokáží dobře hospodařit s volným časem, se velká podíl respondentů domnívá, že umí dobře využít svůj volný čas.

Další otázky zjišťovaly pravidelnost zájmové činnosti a oblasti zájmů. Výsledky jsou vedené v grafech 8, 9 a 10.

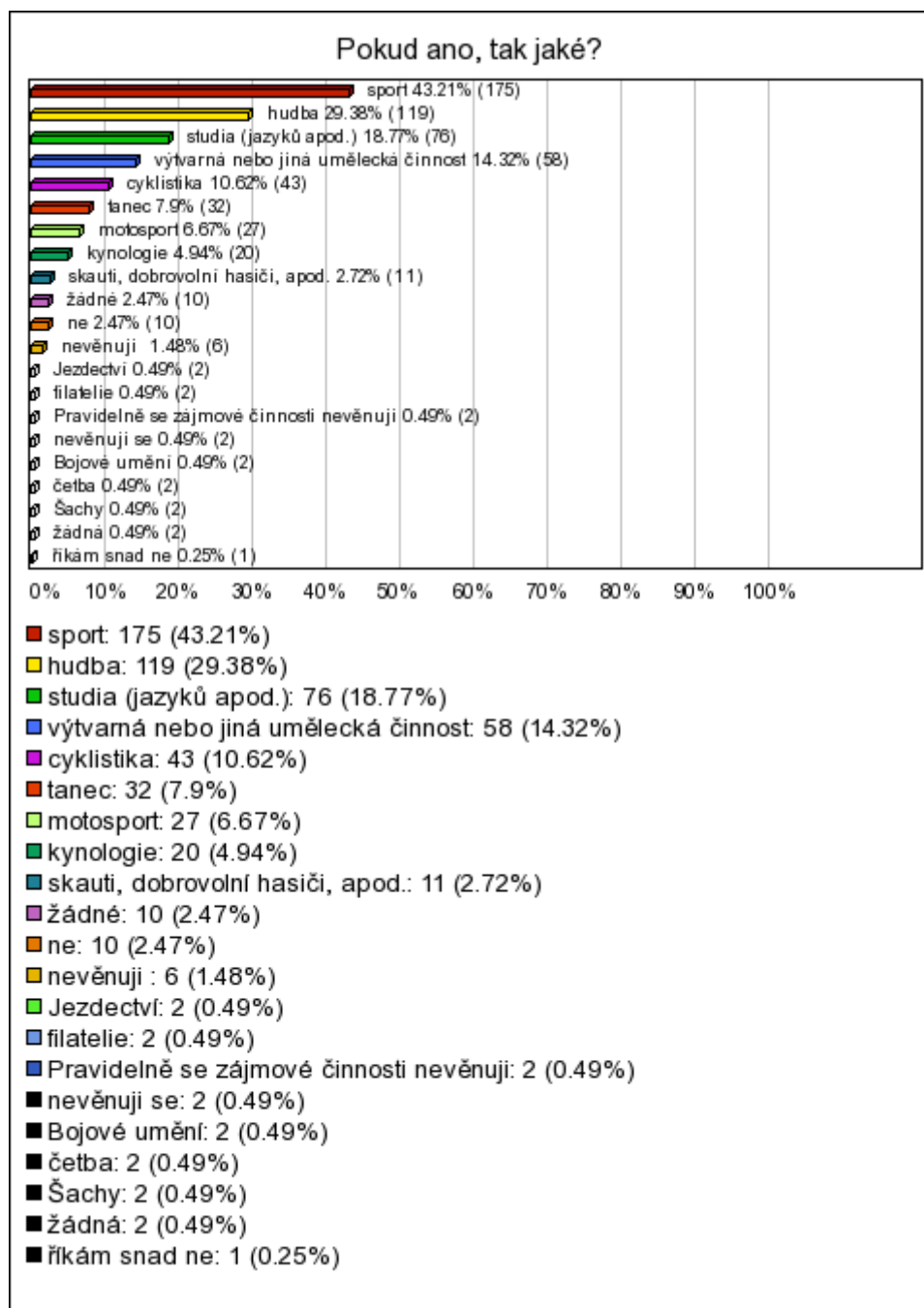
**Graf . 8**



Zájmové činnosti chápeme jako cílev domé aktivity zaměřené na uspokojování potřeb a na správnou společenskou orientaci. Tyto zájmové činnosti se dále dělí podle úrovně činnosti, časového trvání, koncentrace, společenské hodnoty a tradičně podle

obsahu.<sup>24</sup> Podle dotazovaných respondentů se pravidelně zájmové aktivity věnuje 79 % dotazovaných studentů. V grafu 9 je pak zaznamenán výčet zájmových aktivit podle obsahu.

**Graf 9**



Zájmové aktivity se podle obsahu dělí na společenské, pracovní-technické, přírodovědné-ekologické, esteticko-výchovné, tělovýchovné a sportovní a turistické.

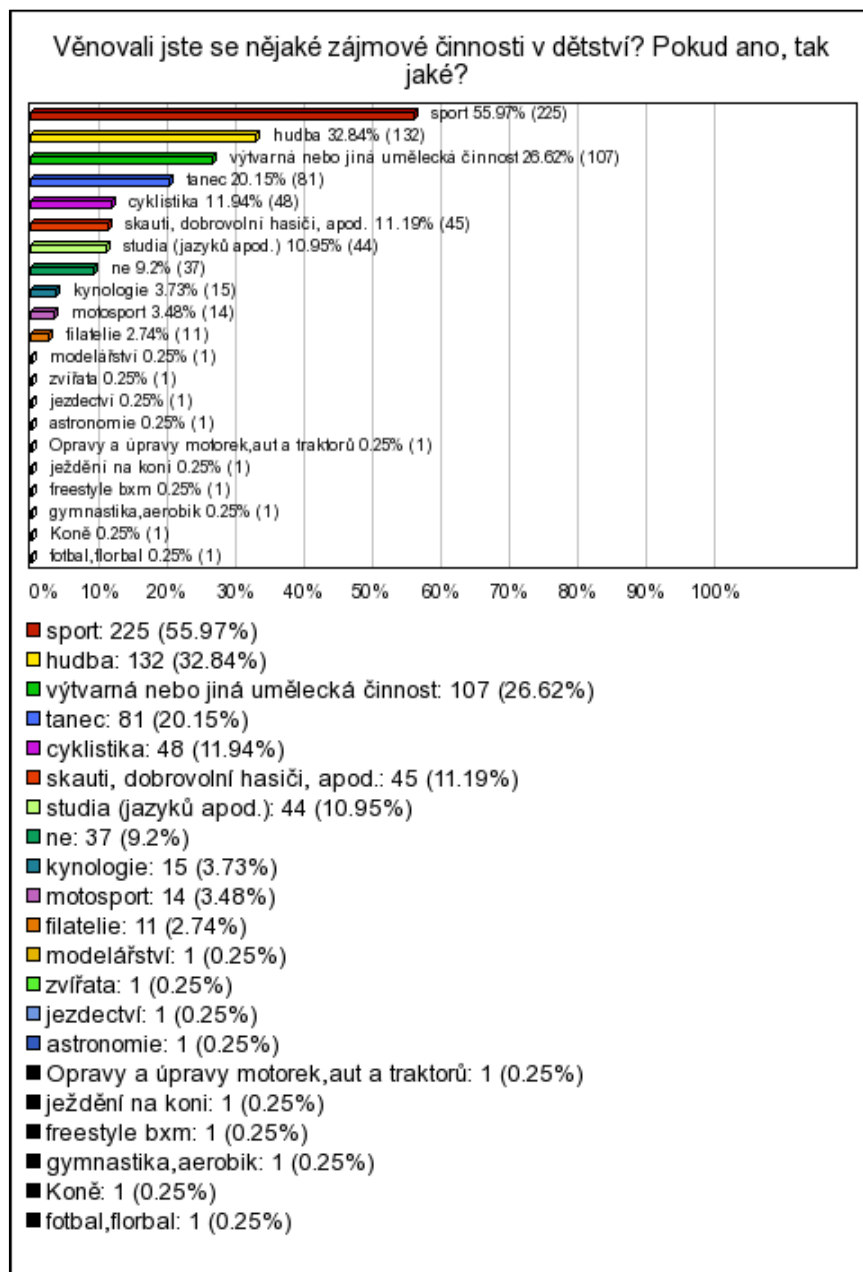
<sup>24</sup> Srov. PÁVKOVÁ, J. a kol. *Pedagogika volného času*, s. 92-93.



Získané údaje naznažují, že se mladí lidé nejvíce věnovali sportu, hudbě, studiu jazyků apod. a výtvarné nebo jiné umělecké činnosti.

Z následujícího grafu lze porovnat, jaké zájmové činnosti se dotazovaní respondenti věnovali ve svém dětství.

**Graf . 10**



Ze získaných údajů plyne, že stejně jako dnes, nejvíce se věnovali sportu, hudbě, výtvarné nebo jiné umělecké činnosti. Studia jazyků zaznamenala v tomto grafu menší pokles, ze kterého vyplývá, že v průběhu dospívání je zájem o studia jazyků větší. Tato doba přechodu od dětství k dospělosti je často

spojována s profesní přípravou na život, a tudíž studium jazyků je pro mladého člověka zcela nezbytná a vládnoucí.

Následující dvojice otázek sledovala dobrovolnické aktivity studentů, které jsou zaznamenány v grafech . 11 a 12.

**Graf . 11**



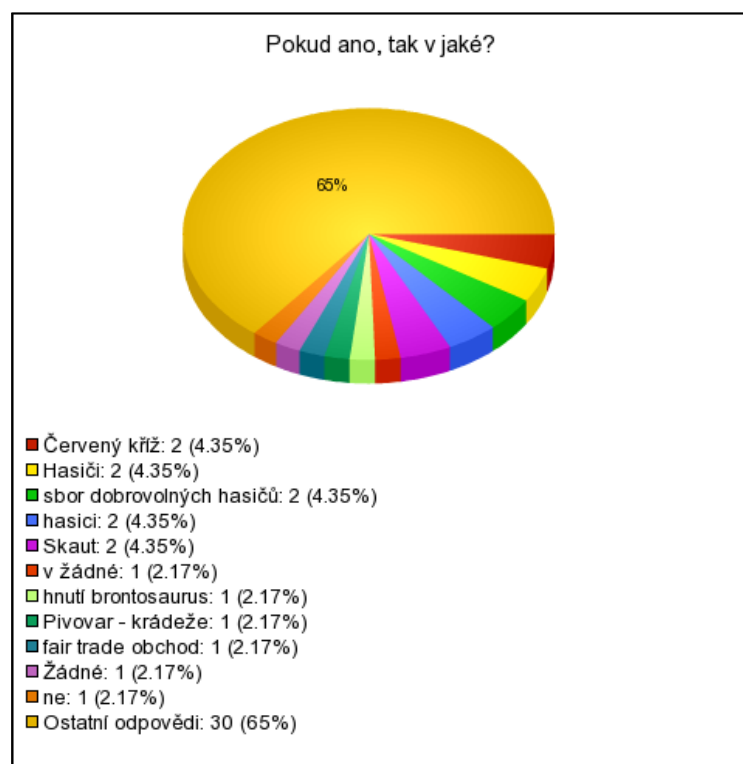
Nestátní neziskové organizace, neboli NNO, mají u nás, ale i ve světě, své nezastupitelné místo a i přes jejich absenci za doby totalitního režimu u nás mají dlouhou tradici působení, stejně jako v zemích zejména abrahámovského vyznání. Péče o chudé, nemocné a staré lidi, o sirotky, i o osoby bez příslušnosti a dosud patří k základním křesťanským ctnostem a je pro mnohé z nás pojátkem k soudržnosti a bytí i podstaty života. Vřelá pomoc a ochota pomáhat lidem sbližuje a spojuje do mnoha spolků a utváří tvář občanské společnosti. Školení rozvoje neziskových organizací lze spojovat ve dvou klíčových oblastech. První z nich je charita, resp. filantropicky motivovaná činnost lidí. Druhou je potom jedno ze základních práv občana, a to právo sdružovat se.<sup>25</sup> Slovo *charita* pochází z latinského slova *caritatem*, a je to výraz, který označuje křesťanskou lásku. Do doby, než vznikl sociální stát, byla tato charita a filantropie spojována pouze s církevními institucemi. Vlivem historického vývoje, kdy moc církve slábla, se tato pomoc potěbným způsobem rozšířila pod vliv státu i jednotlivcům. Nestátní nezisková organizace je tedy založena na charitativní resp. filantropické činnosti, která je výsledkem úsilí jednotlivých lidí, kteří svojí činností napomáhají dosahovat společensky prospěšných cílů, která se dnes nevztahují pouze jen

<sup>25</sup> HYÁNEK, V. *Neziskové organizace: teorie a mýty*, s. 17.

na chudobu, ale i na jinou mnohem pestější paletu sociálních problémů. Tyto organizace tak posilují stát v sociální oblasti a oproti státnímu zřízení dokáží flexibilně reagovat na nové změny, které často vyžadují rychlé jednání, reakci na změny trhu.

Z uvedeného grafu 11 vyplývá, že respondenti uvedli, že pouze 11 % z nich působí jako dobrovolníci v nějaké neziskové organizaci, a to přesto to ale není v rozporu, že podle dosavadních studií, které se uskutečnily v 35 zemích, kam patří např. USA, Velká Británie, Německo, Česká republika, pracuje každá 20. osoba v NNO. Šelkem tedy tyto instituce zaměstnávají desetkrát více osob než textilní průmysl, pětkrát více osob než potravinářský průmysl a o pětinu více než dopravní průmysl.<sup>26</sup>

**Graf 12**



Z výše uvedeného grafu 12 lze také rozpoznat, v jakých neziskových organizacích dotazovaní respondenti působí, ale ze zaznamenaných odpovědí, které jsou uvedeny jako ostatní, se dvanáct mladých lidí angažuje ve sboru dobrovolných hasičů, dva respondenti ve skautech, a jeden uvedl, že působí jako vedoucí dětského klubu při církvi.

<sup>26</sup> SKOVAJSA, M. a kol. *Občanský sektor*, s. 123.

Je velice smutné, že si v dnešní době neuvdomujeme potřebnost těchto organizací, lidí a dobrovolné činnosti, která by měla být součástí každodenního občanského života. Po celou dobu působení ve školství jsem byla nepřijemně překvapena zjištěním, že naše mládež v dnešní době nejeví zájem o jakýkoliv druh dobrovolné činnosti, ze které nevzejde žádný zisk, a navíc ze školy. Z tisíce žáků a studentů našeho středního odborného učiliště a odborném učilišti není více jak pět studentů, kteří se aktivně účastní na dobrovolné činnosti bez nároku na jakoukoliv odměnu. Je politováníhodné, že za pouhých sedm let z toho byl trojnásobek našich studentů. Z výše uvedených poznatků vyplývá, že hodnoty mladých lidí se odklánějí od charitativní a filantropické činnosti k jiným volnočasovým aktivitám, které jsou momentálně v kurzu.

### 6.3 Zájem o média ve volném čase

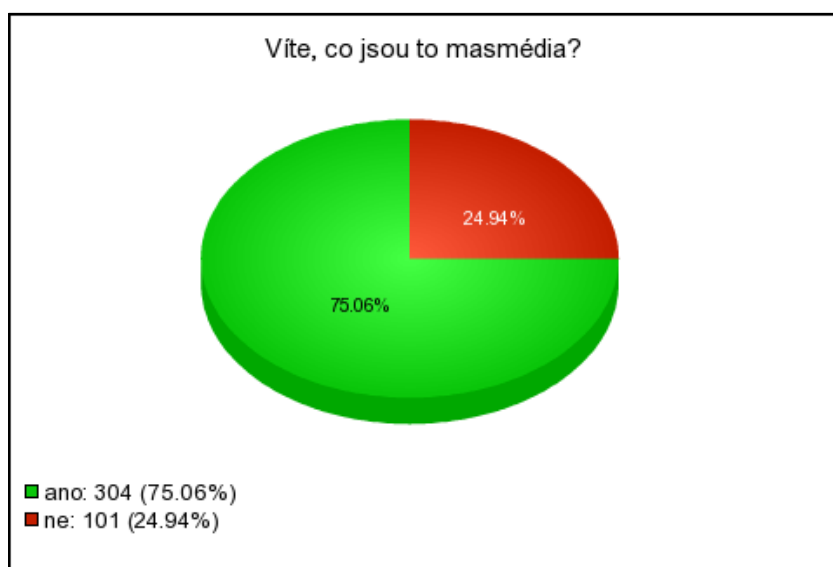
Školní čas je doba, která nám zbývá po splnění povinností. Je to oblast naší svobodné volby a zahrnuje činnosti, které vykonáváme dobrovolně, rádi a přináší nám radost a uspokojení.<sup>27</sup> Významné místo u mladých lidí ve volném čase pak zaujímá výpočetní technika a internet. Mladí lidé, stejně tak jako v minulosti dospělých, jsou si v domě, že velkou část svého času v domácnosti získávají skrze média a stává se součástí každodenních rituálů. Převládá v minulosti dospívajících lidí umí zacházet s počítačem a stejně tak má ve svém okolí i v domácnosti přístup k internetu. Jen opravdu malá část studentů nemá doma internet, a pokud tomu tak je, tyto jednotliví studenti, podle ostatních absolutně šouť, se k tomu ani nepřiznají. Masová média nám tedy přetvářejí naše hodnoty, čas a prostor a podle mladých lidí jsou jedním z hlavních zdrojů zábavy a relaxace. Podle středněškolských studentů je tedy více než nutné mít přístup k internetu, nejlépe včasně, být aktivní na sociálních sítích a video, který film je právě v oblíbenosti.

---

<sup>27</sup> PÁVKOVÁ, J. a kol. *Pedagogika volného času*, s. 31.

V grafu . 13 jsme se dotazovali mladých lidí, zdali ví, co jsou to masmédia.

**Graf . 13**



Podle výše uvedených výsledků 75 % respondentů ví, co jsou to masmédia, přesto je zde znepokojivé zjištění, že 25 % dotazovaných nemá ponětí, co si má pod slovem masmédia představit. Je tedy nutné se zamyslet, zdali jsou cesta k rozvíjení mediální gramotnosti a mediální výchova dostatečná.

V následujícím grafu . 14 se studenty ptáme, zdali jsou aktivní na sociálních sítích.

**Graf . 14**



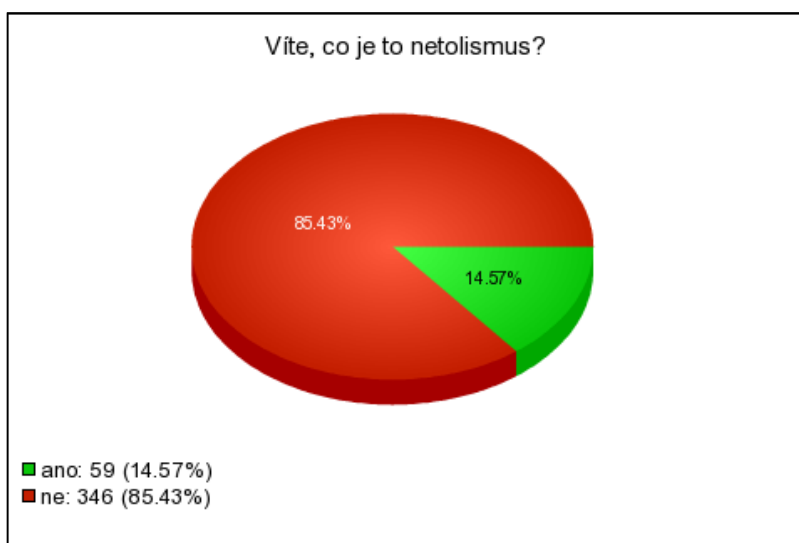
Sociální síť m flem e ozna it jako kybernetický prostor ur ený ke komunikaci, který s ur itými uřivatel i sdílíme, kde navazujeme kontakty, informujeme, flirtujeme a vym ůjeme si ur ité typy zpráv, fotografií, i videí.

V eském kybernetickém prostoru jsou nejvíce oblíbené sociální síť , jako například Spoluřáci.cz, Lidé.cz, řFD.cz a své prvenství si stále udržuje sociální síť zvaná Facebook. Přesto v-ak mají mladí lidé i př ehled o dal-ích sociálních sítích, které sdruřují mnoho lidí do kulturní i mezikulturní interakce. Z velkého vý tu se jedná například o LinkedIn, která se m flem e ozna ovat jako pracovní sociální síť a je ur ena pro navazování obchodních kontakt , dále MySpace, která byla př ed nástupem Facebooku nejoblíben ější sociální síť na sv t . MySpace se vyuffívá zejména ke sdílení hudby a videa. Friendster je dal-í z amerických sociálních sítí, která svojí oblibu získala zejména v Asii. Blackplanet je nejděle pouřívanou sociální sítí. Vznikla v roce 1999 a je ur ena př edev-ím pro Afroameri any a jejich př átele. Mezi dal-í oblíbené sociální síť pat í Nymz, Xing, Orkut, Hi5, Bebo i Twitter, který společ n s Facebookem pat í mezi nejpouřívan ější sociální síť na sv t .<sup>28</sup>

Podle vý-e uvedených výsledk ů je 81 % dotazovaných respondent ů aktivních na sociálních sítích.

V následujícím grafu . 15 se mladých respondent ů ptáme, zdali ví, co je to netolismus?

**Graf . 15**



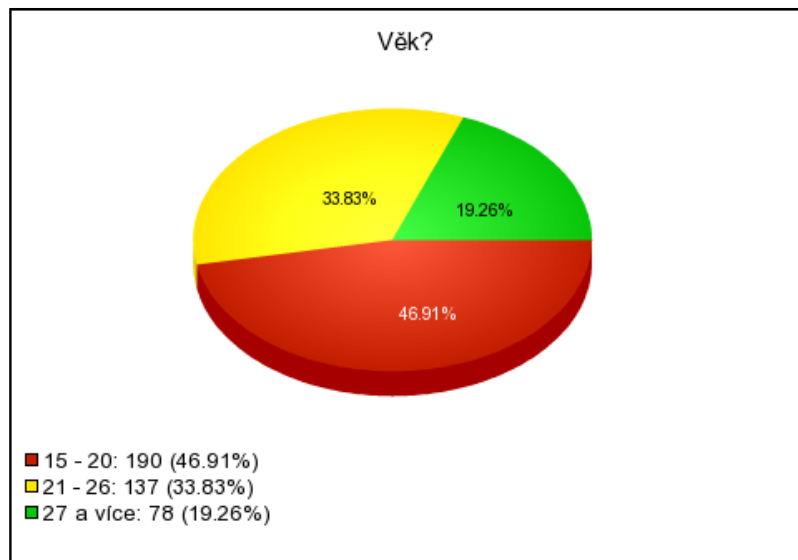
<sup>28</sup> Srov. *Sociální síť , to není jenom Facebook* [online].

Netolismus je označení pro závislost na virtuálních drogách, kam patří televize, video, počítačové hry apod. Podle získaných údajů jsme zjistili, že 85 % respondentů nemá ponětí, co netolismus znamená.

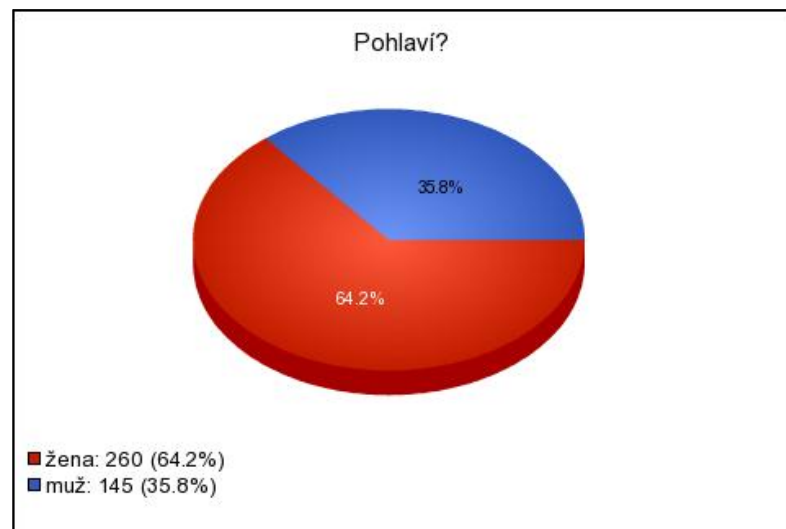
#### 6.4 Sociodemografické charakteristiky

Tato část se týká dvou grafů, ve kterých byl zaznamenán věk a pohlaví dotazovaných respondentů.

Graf . 16



Graf . 17



## 6.5 Shrnutí

Z výsledků empirického šetření jsem zjistila, že dnešní mládež nejvíce volného času tráví se svými vrstevníky a před obrazovkou svých počítačů, vedle toho mladí sportují a poslouchají hudbu. Volný čas je mladým člověkem v tichou chápán jako doba relaxace a odpočinku a mládež si sama uvdomuje, že je schopna dobře hospodařit s volným časem. Pro dnešního mladého člověka hraje stále velkou roli rodina a přátelství. Pozitivním zjištěním je, že si je dnešní dospívající mládež v domě rizik, které sebou přináší hromadné sdělovací prostředky, které dle jejich názorů napomáhají ke svobodě projevu a v určitých ohledech poskytují i kulturu. Negativní trend mezi dnešní dospívající mládeží však velice záporně dopadl na dobrovolnickou činnost, o kterou mladí lidé příliš nestojí. Z dotazovaných respondentů se velká část řádné dobrovolné činnosti nevnímá.

Z vyhodnocení dotazníku vyplynuly odpovědi na stanové hypotézy.

H. Volný čas v zajištění masmédií o Volný čas mladých lidí se v dnešní době naplňuje pouze prostřednictvím masmédií je mylné tvrzení, neboť z výše uvedených výsledků vyplývá, že se mladí lidé věnují i sportu, hudbě i výtvarné nebo jiné umělecké činnosti.

H1/ Trávení volného času se nejvíce zaměřuje na televizní vysílání a internet bylo zjištěno, že se v tichou dotazovaných respondentů obejde bez televize. Dále bylo zjištěno, že vedle rodiny a přátel je pro dospívající mládež velice důležitý internet, bez kterého se neobejdou. Na základě odpovědí, se tedy tato hypotéza nepotvrdila.

H2/ Masmédia mají negativní vliv na využití volného času zejména u mladých lidí se nedá jednoznačně říci, je možné pouze poukázat, že mladí lidé se dnes orientují pouze na jiné využívání volného času, kam nepatří charitativní činnost.

Ať jsme již zastánci i odpůrci medií, je zřejmé, že masmédia zaujímají mimořádné postavení, zejména u mladých lidí, která více jak kdy předtím přetvářejí tvář naší společnosti. Je tedy nutné poukázat na novou zkušenost, nové v domě o vlivu medií a pomocí nich poukázat na velké omyly tak, abychom nešli pouze jen ve virtuálním světě, který se tak často liší od skutečného života.



## 6.6 Diskuse

Média se m ní stejn tak jako jejich uřivatelé a je velice obtřlné a prakticky nemofné stanovit p esné prognózy dalřho vývoje v této oblasti, které ěsto podléhají novým technologiím a módním trend m. řMédia slouřlí, jak řká řifl jejich název ke zprost edkování obsah ě mezi dv ma ř znými subjekty. Nejp řm řím a nejstar řím médiem je ě , která nám umořl uje vyjad ovat pocity a my řlenky a bezprost edn ě je sd lovat ostatním.ř<sup>29</sup> Dnes, díky médiím m řeme komunikovat bez řasového a prostorového omezení a za pomoci nových technologií sd řlet a sd lovat nové zku řenosti, ř í řit v domosti, zábavu, ale i strach, paniku ři teror. Z velkého po řtu lidí a velkého po řtu jazyk ě , kterými se lidstvo dorozumívá více jak 60 000 let, se nám m řle řevit ěra od po řátku elektronických médií pom řrn řátkou dobou na to, aby se lidé dokázali shodnout na jejich pot řbnosti a významu. řKařdě médium, stejn jako sám jazyk, dává vzniknout jedine řnému zp řsobu komunikace řím, řle my řlení, vyjad ovat ři senzibilit ě poskytuje nový orienta řní bod.ř<sup>30</sup> P řídáme-li k verbálnímu a neverbálnímu projevu mezi dv ma a více lidmi komunikaci pomocí ři ř ných slov, blikající billboardy, obrazné řtvárn řní, které na nás vyza řují televizní a po říta řové obrazovky, dále p řim řcháme více jak milión zhlědnutých reklam a říbivou řm ř hudby, je řasně, řle v řt ěra z nás otupí d říve, neřln ěo rozpozná. Je velmi d řleřitě si uv domit, řle zejměna televize nabízí p ředem vybraný materiál, jenřl automaticky vylu řuje v řechno ostatní a uřl samotné řezení u televize vylu řuje řinou řinnost, k řníř by mohlo v řtě řle dob docházet. Problěm řpo řívá v tom, řle televizí lze sd lovat jen takový zp řsob my řlení a druh informací, řeřl vyhovuje práv ř lidem, kte ři tento sd lovací prost ředek ovládají.<sup>31</sup> Tato mediální, ěsto manipulativní nadprodukce, nám p řetvá ř řna ře postoje a hodnoty, ve kterých je mnohem d řleřit ě ří styl a forma komunikace, neřl řejí obsah. ěsto se pak setkáváme s názorem, řle řpatné v řci se říkají napřlno a dobré se nesd řlují.

Je mofné tedy konstatovat, řle v masmediálním řoku ě i stále p řevládá jednosm řné komunikování, které p ř řjemci nedává řřádně bezprost ední nebo poskytuje jen velmi omezeně mofnosti navázání dialogu, p řesto je zde patrný nový posun, který s sebou p řiná ří digitalizace slova. Musíme být v řak stále na pozoru, protořle i pro masmediální komunikaci platí řys vzájemnosti, a i kdyřl se nez řídka dostavuje výrazná

<sup>29</sup> BUERMANN, U. *Jak (p ře)řit s médii*, s. 12.

<sup>30</sup> POSTMAN, N. *Uřavit se k řmrti*, s. 18.

<sup>31</sup> Srov. MANDER, J. *řty i d ř vody pro zru ření televize*, s. 258-260.

zm na v myšlení, postoj i cít ní, je nastartován vnit ní dialog, vzbuzena zv davost,<sup>32</sup> která m fle mít v mnoha sm rech pro mladého dospívajícího lov ka fatální dopady. Mladý lov k, v obrovské záplav zpráv, erpá velké množství údaj , ze kterých si vedle dosavadní nevelké zku-enosti vytvá í ur itý obraz sv ta a reality, podle nichfl si pak produkuje výstupy, které p ejímá za vlastní. Média asto definují ideál krásy a o-klivosti, ur ují, který výrobek je nepostradatelný, a ovliv ují i na-í podobu trávení volného asu. ŠSociologie volného asu, kdysi tak nevinn a s takovými nad jemi zalofená Joffrem Dumazedierem, se postupn prom nila v sociologii zábavy, aby nakonec skon ila jako sociologie nudy. Slavné Lafargueovo *právo na lenost*, jefl p ed stoletím zn lo tak vzdálen a tak lákav , se dnes stalo pro ásti lidské populace prokletím.õ<sup>33</sup>

Mladí lidé mají hodn volného asu a spole nost by m la mít zájem na tom, jak dospívající mládefl tráví sv j volný as. Vedle rodiny, -koly, p átel a médií mají velký význam pro formování mládefle i d tské a mládeflnické organizace. Tento, asto opomíjený výchovný faktor, má vedle funkce výchovn -vzd lávací, zdravotní a sociální zejména preventivní charakter, v jehofl rámci se snaflí p edcházet sociáln patologickým jev m, kam bezesporu pat í i virtuální drogy, jako je televize a po íta . A ufl se tedy jedná o -kolní a mimo-kolní výchovu, má vzd lání své nezastupitelné místo a pro mladého lov ka se vzd lání stane je-t více nefl dosud fládoucí, dá se i íci, fle se vzd lání stane cílovou hodnotou.

---

<sup>32</sup> Srov. VYBÍRAL, Z. *Psychologie komunikace*, s. 132.

<sup>33</sup> PETRUSEK, M. *Spole nost pozdní doby*, s. 442.

## ZÁV R

Nová doba, nové trendy a tudífl i nové problémy, tomu v-emu dnes musí spole nost elit a kařdodenn vzdorovat. řijeme v dob , kdy jejím hlavním rysem je *vyd lávat peníze a bavít se*. Dne-ní spole nost p estává mít zájem o vzd lání, ze kterého není okamřlitý zisk. Zamyslíme-li se nad vlivem médií a spole nosti zjistíme, ře média vstupují do našich řivot , mnohdy jako nezvaný host a nepozorovan tak p etvá eji na-e prostorové a asové chování. Skrytá moc médií spo ívá zejména v tom, ře s nimi neumíme smyslupln zacházet a asto v-e trivializujeme a p esouváme odpov dnost jiným sm rem. řijeme ve spole nosti volného asu, p esto je mnohdy volný as považován za utopii, protoře nevíme, jak s ním nakládat. A se řijfl ocitáme v moderní nebo postmoderní dob , v dob hojnosti, profřitku, v d ní, volného asu i technokratické spole nosti, je nutné si uv domit, ře lov k z stává po staletí, snad tisíciletí stejný, ale jeho vn j-í prost edí p esáhlo lidskou nedokonalost. Tato extrémní akcelerace je pak p ímo synonymem ambivalentnosti. Na jedné stran je p íslibem k v t-í tvorb , na stran druhé pak p í inou destrukce. Zrychlující se tempo rozvoje v dy a techniky, expanze ekonomického r stu a obrovský tlak spole nosti se pro mladého lov ka stává místem, ve kterém se musí kařdý dospívající jedinec nau it řít. Toto rizikové období dospívání, kde se dokon uje t lesný r st, dozřávají rozumové schopnosti a nastává sexuální exploze, m ře mladého lov ka nasm rovat k neřádoucím zm nám řivotního stylu.

Je tedy z ejmé, ře negativní vlivy médií, p ed asná sexualita, tolerance k násilí, zhor-ující se podmínky ve řkolství a na trhu práce vykazuje u mladých lidí nezájem o spole enskou angařovanost, nár st osobních krizí a nechů pracovat a vzd lávat se. Tento záporný trend pak mladé lidi řientuje do prostor virtuálního sv ta a nudy. Je tedy nutné u it mladé lidi říst mezi řádky, rozvířet jejich mediální gramotnost a posilovat jejich kritické my-ření, protoře jak řijfl nazna il Neil Postman ve své knize: řřířádné médium totifl nep edstavuje p ehnané riziko, pokud jeho uřřivatelé v dí, v em tkví jeho nebezpe í.õ<sup>34</sup>

Sv j cíl práce považuji za napln ěný a to hlavn ě díky dostate ěnému po tu dotazník , které se poda ilo získat a jejich následnému vyhodnocení, které lze s ohledem na rozsah

---

<sup>34</sup> POSTMAN, N. *Ubavit se k smrti*, s. 170.

bakalářské práce považovat za dostatečné. Uvedený vzorek nám jasně deklaruje, jakým způsobem je rozložen volný čas a priority dnešních studentů středních škol. Provedeným výzkumem, kdy se mi podařilo oslovit 405 respondentů, jsme získali velmi zajímavé výsledky, ze kterých se mi podařilo potvrdit tezi, že masmédiá v podobě internetu ovlivňují volbu volnočasových aktivit. Pokud porovnáme poměr mezi jednotlivými volnočasovými aktivitami, kterými se mladí lidé v noci ve svém dýchání a v současnosti, zjistíme, že zde není ani tak extrémní propad zájmových činností, kterým se mladí lidé věnují, přesto je zde patrný odklon od aktivního způsobu trávení volného času směrem k pasivnímu. Mladí lidé si jsou sice vědomi rizik, která jsou spojena s hromadnými sdělovacími prostředky, a jen menší část dotazovaných respondentů si uvědomuje, že nesprávně využívá svůj volný čas, přesto je zde viditelná závislost na internetu. Ze získaných poznatků nezměníme nyní situaci, ale je možné poukázat na to, že v záplavě zpráv, často negativních, nenabízíme mladým lidem nové aktivity, které by lépe využili ve prospěch svého volna. Pro dnešní mládež, která se přechodem na střední školy přechází k novému způsobu trávení volného času, který je často ovlivněn novými prostředky, přáteli, ale i médii, nemají mnoho nových podnětů k tomu, aby se nadále věnovali nějakým zájmovým či charitativním činnostem. Zde je tedy důležité, aby zejména rodina, škola a další vzdělávací instituce podávaly dostatečné množství podnětů, proto aby byl přehlušen mediální úm kybernetické zábavy. Nelze se tedy spoléhat na to, že dnešní mladí lidé jsou dostatečně připraveni samostatně rozhodovat o způsobu trávení svého volného času, ale je více než dříve nutná úloha a zájem rodiny, snaha a ochota pomáhat, naslouchat a dávat dostatečný prostor k novým podnětům ze strany pedagogů a dalších lidí, kteří dospívající mládež doprovází v jejich přípravě na budoucí život. Nelze tedy pouze vytvářet nové sdružení, neziskové organizace, učit o zážitku bez zážitku, ale je důležité dát o sobě vědět, zaujmout a nechat, že mladí lidé přijdou sami.

## SEZNAM POUŽITÝCH ZDROJŮ

### Ti-t né

- BEURMANN, U. *Jak (p e)ffít s médii*. Fabula 2009. ISBN 978-80-86600-58-1.
- BLAŠEK, B. *Tvá í v tvá obrazovce*. Praha 1995. 1. vyd. ISBN 80-85850-11-7.
- ECKERTO VÁ, L.; DO EKAL D. *Bezpe nost d tí na internetu*. Brno 2013. 1 vyd.  
ISBN 978-80-251-3804-5.
- GIDDENS, A. *Sociologie*. Arga 1999. ISBN 80-7203-124-4.
- GILES, D. *Psychologie médií*. Grada Publishing, a.s., 2012. 1. vyd.  
ISBN 978-80-247-3921-2.
- HYÁNEK, V. *Neziskové organizace: teorie a mýty*. Brno 2011. Masarykova univerzita.  
ISBN 978-80-2105651-0.
- JANDOUREK J. *Úvod do sociologie*. Portál, s.r.o. Praha 2003. ISBN 80-7178-749-3.
- JIRÁK, J.; KÖPPOVÁ, B. *Média a spole nost*. Portál, s.r.o. Praha 2003.  
ISBN 80-7178-697-7.
- MANDER, J. *ty i d vody pro zru-ení televize*. Nakladatelství Dopln k, Brno 2000.  
ISBN 80-7239-063-5.
- NAKONE NÝ, M. *Psychologie*. Triton 2011 ISBN 978-80-7387-443-8.
- Na-e spole nost. asopis Centra pro výzkum ve ejného mín ní Sociologického ústavu AV R, v.v.i., ro ník 8, íslo 2, Praha 2010 ISSN 1214-438X.*
- PÁVKOVÁ, J. a kol. *Pedagogika volného asu*. Portál, s.r.o. Praha 2002.  
ISBN 80-7178-711-6.
- PETRUSEK, M. *Spole nost pozdní doby*. Sociologické nakladatelství, Praha 2006.  
1. vyd. ISBN 80-86429-63-6
- POSTMAN, N. *Ubavit se k smrti*. Mladá fronta 1999. ISBN 80-204-0747-2.
- SAK, P.; SAKOVÁ, K. *Mládefl na k iflovatce*. Svoboda Servis, Praha 2004.  
ISBN 80-86320-33-2.
- SKOVAJSA, M. a kol. *Ob anský sektor: organizovaná ob anská spole nost*.  
Portál, s.r.o. Praha 2010. 1. vyd. ISBN 978-80-7367-681-0
- VYBÍRAL, Z. *Psychologie lidské komunikace*. Portál, s.r.o. Praha 2000.  
ISBN 80-7178-291-2.

WRIGHT, C. *řivotní problémy o imak es an* . Nakladatelství Luxpress, s.r.o.  
Praha 2001. ISBN 80-7130-096-9.

## **Elektronické**

*Historický vývoj médií* [online]. [cit. 2013-01-12].

Dostupné na WWW: <<http://www.mediasetbox.cz/cs/uzitecne-informace/historicky-vyvoj-medii/>>

KOHOUTEK, R. *Zájmy, pot eby a hodnotová orientace lov ka/Psychologie v teorii a praxi*. [online]. Blog.cz [cit. 2009-12-03].

Dostupné na WWW: <<http://rudolfkohoutek.blog.cz/0912/zajmy-a-hodnotove-orientace-cloveka>>

*Sociální síť , to není jenom Facebook* [online]. Lupa.cz (www.lupa.cz), server o eském Internetu. ISSN 1213-0702 Copyright © 1998 ó 2013 Internet Info, s.r.o. [cit. 2009-03-31].

Dostupné na WWW: <<http://www.lupa.cz/clanky/socialni-site-to-neni-jenom-facebook/>>

# SEZNAM P ÍLOH

**P íloha I.** Dotazník

## P ÍLOHY

### P íloha .I.

#### Informace o pr zkumu formou dotazníkového –et ení

Název dotazníku: Masmédia & volný as

Po et responsí: 405

Typ: ve ejný pr zkum

Autor pr zkumu: Petra Vítková

Tr et ení: 27. 1. 2013 ó 20. 2. 2013

Po et otázek: 18

Zobrazení otázek: celý dotazník najednou

Návratnost otázek: 81,3%

Ve ejná adresa výsledk : <<http://www.vyplnto.cz/realizovane-pruzkumy/masmedia-volny-cas/>>

#### Masmédia & volný as

Obracíme se na Vás s prosbou o vypln ní jednoduchého dotazníku. Tento dotazník je sou ástí bakalá ské práce š**Vliv masmédií na volný as u student na st edních –koláchõ** a slouffí ke zpracování dané záv re né práce na TF JCU. Dotazníky jsou zcela anonymní.

D kuji Vám za spolupráci

Petra Vítková

*Tento dotazník obsahuje 18 otázek. U každé otázky **ZA<sup>TM</sup>KRTN TE/OZNA TE K ÍfiKEM**, prosím, vfdy minimáln jednu odpov , která je pro Vás charakteristická, nebo která nejlépe vyjad uje Vá–názor i postoj.*



### 1. Pohlaví

<input type="checkbox"/>	muhl
<input type="checkbox"/>	flena

### 2. V k

<input type="checkbox"/>	15 - 20
<input type="checkbox"/>	21 - 26
<input type="checkbox"/>	27 a více

### 3. Jak trávíte volný as?

s p áteli	<input type="checkbox"/>
u televize	<input type="checkbox"/>
na internetu	<input type="checkbox"/>
studiem	<input type="checkbox"/>
sportem	<input type="checkbox"/>
kulturn	<input type="checkbox"/>
jiná odpov	<input type="text"/>

### 4. V nujete se pravideln , n jaké zájmové innosti?

<input type="checkbox"/>	ano
<input type="checkbox"/>	ne

### 5. Pokud ano, tak jaké?

sport	<input type="checkbox"/>
hudba	<input type="checkbox"/>
tanec	<input type="checkbox"/>
cyklistika	<input type="checkbox"/>
motosport	<input type="checkbox"/>

turistika	
etba	
skauti, dobrovolní hasiči, apod.	
kynologie	
studia (jazyk apod.)	
filatelie	
výtvarná nebo jiná umělecká činnost	
jiná odpověď	

**6. V novali jste se n jaké zájmové činnosti v d tství? Pokud ano, tak jaké?**

sport	
hudba	
tanec	
cyklistika	
motosport	
turistika	
etba	
skauti, dobrovolní hasiči, apod.	
kynologie	
studia (jazyk apod.)	
filatelie	
výtvarná nebo jiná umělecká činnost	
jiná odpověď	

**7. P sobíte jako dobrovolník v n jaké neziskové organizaci?**

<input type="checkbox"/>	ano
<input type="checkbox"/>	ne

**8. Pokud ano, tak v jaké?**

**9. Dokážete dobře hospodařit s volným časem?**

- ano
- ne

**10. Bez čeho se v dnešní době neobejdete?**

- bez přátel
- bez rodiny
- bez televize
- bez internetu
- bez sociálních sítí
- bez mobilu
- jiná odpověď

**11. Bez čeho se v dnešní době naopak obejdete?**

- bez přátel
- bez rodiny
- bez televize
- bez internetu
- bez sociálních sítí
- bez mobilu
- jiná odpověď

**12. Víte, co jsou to masmédia?**

<input type="checkbox"/>	ano
<input type="checkbox"/>	ne

**13. Jste aktivní na sociálních sítích?**

<input type="checkbox"/>	ano
<input type="checkbox"/>	ne

**14. Víte, co je netolismus?**

<input type="checkbox"/>	ano
<input type="checkbox"/>	ne

**15. Mají masmédia plnit n jakou funkci?**

<input type="checkbox"/>	ano	
<input type="checkbox"/>	ne	
<input type="checkbox"/>	jiná odpov	<input type="text"/>

**16. Za–krtn te, masmédia**

<input type="checkbox"/>	poskytují kulturu	
<input type="checkbox"/>	napomáhají ke svobodě projevu	
<input type="checkbox"/>	zvyšují vkus ve společnosti	
<input type="checkbox"/>	způsobují morální rozklad	
<input type="checkbox"/>	zvyšují hladinu kriminality	
<input type="checkbox"/>	snižují vkus ve společnosti	
<input type="checkbox"/>	jiná odpov	<input type="text"/>

**17. Co podle Vás nejvíce ovlivňuje dnešní mládež?**

<input type="checkbox"/>	změna hodnot ve společnosti	
<input type="checkbox"/>	vliv médií, film, počítačových her	
<input type="checkbox"/>	vliv vrstevníků a party	
<input type="checkbox"/>	rodina	
<input type="checkbox"/>	telekolekce	
<input type="checkbox"/>	nedostatečné vyžívání volného času	
<input type="checkbox"/>	nuda	
<input type="checkbox"/>	jiná odpověď	<input type="text"/>

**18. Jakým, jsou pro Vás masmédií přínosná?**

<input type="text"/>
----------------------

## ABSTRAKT

VÍTKOVÁ, P. *Vliv masmédií na volný čas u studentů středních škol*. České Budějovice, 2012. Bakalářská práce. Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích. Teologická fakulta. Katedra Pedagogiky. Vedoucí práce J. Mišovi.

**Klíčová slova:** média, televize, internet, volný čas, mládež, hodnotová orientace, volnočasové aktivity, neziskové organizace

Práce se zabývá vymezením základních pojmů spojených s masovými médii a jejich vlivem na trávení volného času u studentů na jihočeských středních školách.

Tato práce se skládá z teoretické a praktické části. V teoretické části jsou vysvětleny základní pojmy, kam patří, média, masová komunikace, televizní vysílání a internet a jejího možného vlivu na mládež. Dále se práce zabývá hodnotovou orientací a uplatněním volného času u mladých lidí s ohledem na média.

V praktické části prezentují výsledky šetření, které jsou porovnány s teoretickými a dalšími praktickými poznatky. Zvláště stojí za pozornost prioritní postavení internetu ve volném čase.

## **ABSTRACT**

### **Mass Media and Their Impact on Leisure Time Activities of Secondary School Students**

**Key words:** media, television, internet, leisure time, teen-agers, value orientation, leisure time, non-profit organization

This bachelor's thesis deals with determination of basic terms related to mass media and their impact on leisure time spending of students at South-Bohemian secondary schools.

This work is divided into theoretical and practical parts. In the theoretical part, basic terms are explained including media, mass communication, TV broadcasting and Internet, and their impact on teenagers. Furthermore, the thesis looks into value orientation and application of leisure time with teenagers considering media.

In the practical part, I present survey results which are compared with theoretical and further practical findings. Priority of Internet in leisure time activities is particularly worth noticing.