

Odpojení a propojení: mladí lidé, konzumace zpráv a občanská angažovanost

Marek ŠEBEŠ

Disconnected and connected: Youth, News Consumption and Civic Engagement

Abstract: This summarizing study examines how contemporary young people use news and news media and how is this news consumption related to the level of their civic engagement. While the findings of many studies suggest that today's youth are not interested in current affairs news at all, others show a more complicated picture: young people have not lost interest in current affairs, but they differ in their access to information and in the way they move in the media environment. The study discusses the reasons for this media behavior and the implication for civic engagement of the young generation.

Key Words: News consumption, Civic engagement, Citizenship, Youth, Civic socialization, News Media, Social media

Úvod

Bezprecedentní rozvoj komunikačních prostředků, probíhající na přelomu 20. a 21. století, přinesl do našich životů nebyvalé možnosti, jak získávat informace o událostech odehrávajících se v blízkém okolí i vzdálených lokalitách. S rozmachem 24hodinových zpravodajských kanálů, online

zpravodajských serverů a mobilních zpravodajských aplikací můžeme být informováni o domácím i zahraničním veřejném dění prakticky okamžitě, nepřetržitě a bez ohledu na místo, kde se právě nacházíme. Ohromný nárůst informačních možností však v západním světě doprovází poměrně překvapivý jev: stoupající počet lidí, kteří se od zpráv a zpravodajství odvracejí.

Slábnoucí konzumaci zpravodajství pozorujeme především mezi dospívajícími a mladými dospělými, tedy paradoxně tou částí společnosti, jež je nejaktivnější v přijímání a používání nových mediálních technologií. Mnohým pozorovatelům se přitom zdá, že toto chování mladých lidí vyvěrá z rostoucí apatie vůči všemu, co přesahuje jejich osobní životy. „Říci, že se tito mladí lidé nezajímají o dění ve světě, je nedostatečné: oni se od světa aktivně odstříhli. Anebo ještě lépe řečeno: jsou uzavřeni v mnohem bezprostřednějších světech – světech kamarádů, práce, oblečení, aut, popmusic, sitkomů, facebooku – do nichž se nic vnějšího nedostane.“ (Bauerlein, 2008, s. 13). Společně s nižší informovaností a nižším zájmem mladých lidí o dění kolem sebe se pak logicky objevuje otázka, jaké důsledky může mít tento postoj mladé generace pro kvalitu demokratického života v soudobých společnostech.

V této studii se pokusíme podrobněji analyzovat, jak se v posledních dvou dekadách proměnil vztah mladých lidí ke zprávám a zpravodajským médiím. Opírat se přitom budeme o stále rostoucí soubor výzkumů, uskutečněných především ve Spojených státech a evropských zemích, které se snaží tuto problematiku nahlížet z různých perspektiv. Zároveň se budeme zabývat otázkou, jak se tento vztah mladé generace ke zpravodajství odráží v míře její občanské angažovanosti.¹

1 Odpojení a neinformování?

Nezájem mladých lidí o zprávy a zpravodajská média je jedním z leitmotivů diskusí o povaze dnešní mládeže. Výzkumy z posledních dvou dekád uskutečněné v mnoha částech světa i odlišných mediálních systémech dokládají, že dospívající a mladí dospělí jsou v porovnání se staršími lidmi mnohem vlažnějšími a méně pravidelnými konzumenty zpravodajství a jejich obeznámenost s aktuálními událostmi celospolečenského

významu je výrazně slabší. Například výzkum Thomase Pattersona *Young People and News* v roce 2007 ukázal, že uživatelům zpravodajských médií v USA zřetelně dominují starší generace Američanů – naopak teenageři a mladí dospělí v mnohem větší míře tvoří řady občasných a méně pozorných konzumentů zpráv a rovněž těch, kteří zprávy vůbec nevyhledávají (Patterson, 2007). Stejně tak dlouhodobé srovnávací studie zpravodajských publik v jednotlivých evropských zemích poukazují na skutečnost, že mladší generace Evropanů patří častěji mezi nekonzumenty zpráv (Blekesaune, Elvestad, Aalberg, 2010; Elvestad, Blekesaune, Aalberg, 2014).² Ruku v ruce s menším zájmem o zpravodajství zřejmě kráčí i nižší míra informovanosti: jak vyplývá z práce Papathanassopoulou a kol. (2013), jež porovnávala konzumaci zpráv v 11 různých světových zemích čtyř kontinentů, navzdory skutečnosti, že mladí lidé mají dnes v principu větší možnost přístupu ke zprávám o veřejném dění, jsou jejich znalosti tzv. hard news (tedy seriózních zpráv o důležitých společenských událostech) nižší než u starších lidí. Výzkum amerického Pew Research Center z roku 2016 pak zase ukazuje, že mladí lidé (ve výzkumu konkrétně Američané ve věku 18–29 let) jsou v porovnání se staršími generacemi nejvíce nedůvěřiví ve vztahu ke zpravodajským médiím (Mitchell a kol., 2016).

Lze jistě namítnout, že dospívající a mladí lidé měli vždy jiné priority než sledovat aktuální dění ve společnosti, a že potřeba být o tomto dění informován se u jedinců objevuje spolu se zvyšujícím se věkem. Jak upozorňuje Patterson (2007, s. 16), jedním z důvodů je mimo jiné skutečnost, že mladí lidé mají kvůli svému nižšímu věku méně znalostí a zkušeností se světem politiky, na který se zpravodajství nemalou měrou zaměřuje. I když se kolem nich může objevovat množství zpráv z této oblasti, pokud jim chybí předchozí vědomosti nebo povědomí o daném problému, zprávy nevzbudí jejich pozornost. Právě tato nedostatečná politická informovanost předcházející sledování zpravodajství může být jedním z důvodů, proč mladí lidé nejsou schopni přijímat a zpracovávat seriózní zprávy. Zdá se však, že mezigenerační rozdíly v informovanosti o důležitých společenských tématech jsou dnes mnohem vyšší, než tomu bylo dříve. Jak uvádí Delli Carpini (2000), zatímco v roce 1966 považovalo sledování veřejného dění za důležité

takřka 60 % studentů prvních ročníků na amerických univerzitách, o třicet let později šlo již jen o necelých 30 %. Martin P. Wattenberg pak na řadě historických statistik ukazuje, že v minulosti byla znalost politiky u mladých lidí prakticky na stejné úrovni jako u lidí starších, a to samé platilo pro konzumaci zpravodajství – mladí lidé na přelomu 50. a 60. let věnovali stejnou pozornost četbě novin jako jejich rodiče a prarodiče, později s obdobnou intenzitou sledovali televizní zpravodajství. Tyto údaje přitom neplatily pouze pro Spojené státy, ale lze je vyčíst i ze statistik týkajících se většiny zemí západní Evropy. Často používaný argument, že mladí lidé se zkrátka o veřejné dění nikdy nezajímali, tak podle Wattenberga nemá oporu v historických datech; ta ho naopak vedou k tvrzení, že „dnešní mladí dospělí jsou tou vůbec nejméně politicky informovanou generací, s jakou se v historii výzkumů setkáváme“ (Wattenberg, 2016, s. 4).

Představují tedy dnešní mladí lidé skutečně společensky apatickou generaci, která jeví jen pramalý zájem dozvídat se o dění kolem sebe? Navzdory výše uvedené empirické evidenci nemusí být odpověď tak jednoznačná, jak by se na první pohled mohlo zdát.

Předně je obtížné mluvit o mládeži jako o homogenní sociální kategorii. Mladí lidé se v zájmu o společensko-politické dění mezi sebou odlišují, roli přitom nehrají pouze věkové rozdíly, ale taktéž různé sociální charakteristiky jako například výše dosaženého vzdělání, socioekonomický původ či vzdělání rodičů.³ Mladí lidé si rovněž vytvářejí rozdílné styly konzumace médií, jež se týkají i užívání zpráv a zpravodajských médií. Řada výzkumů dnes dokládá existenci rozmanitých uživatelských praktik ve vztahu ke zpravodajství: mezi mladými jedinci nalezneme nejen početnou skupinu nekonzumentů či minimálních konzumentů zpráv, ale rovněž náruživé konzumenty zpravodajství ze všech dostupných typů médií; objevuje se zde množství uživatelů, k nimž zprávy proudí výhradně z prostředí sociálních sítí, stejně jako – možná překvapivě – nemalý počet těch, kteří při sledování zpráv dávají přednost tradičnímu médiu televize (srov. Van Cauwenberge a kol., 2013; Edgerly a kol., 2018; Geers, 2020). Konzumaci zpravodajství mladými lidmi v neposlední řadě ovlivňuje řada strukturálních faktorů: od politického a kulturního prostředí dané země až po podobu jejího mediálního

systemu. Jak ukázala srovnávací studie Currana a kol. (2009), v zemích s tradicí a silným postavením médií veřejné služby (Dánsko, Finsko) je oproti zemím s tržně orientovaným mediálním systémem (USA) věnována větší pozornost seriózním zprávám o veřejných záležitostech a také zprávám o mezinárodním dění. Povědomí o celospolečenském a mezinárodním dění je mezi jedinci v prvně jmenovaných zemích nejen celkově vyšší, ale zároveň též mnohem rovnoměrněji distribuováno mezi jednotlivé sociální skupiny.

V současnosti probíhající dramatická proměna podoby mediální komunikace – mediálních technologií, obsahů médií, fungování mediálního průmyslu, způsobů užívání médií – pak přináší znejistění samotných pojmů, o něž se při zkoumání vztahu mladých lidí a zpravodajských médií opíráme. Jak konstatuje Van Cauwenberge a kol. (2013, s. 368), výsledky studií, jež se zaměřují na postoje mladých ke zprávám a jejich konzumaci, záleží do značné míry na tom, jakou definici „zpráv“ si výzkumníci zvolí. Pokud vycházíme z konvenčního pojetí zpráv a uživatelského chování, jež je s nimi spojeno, tedy z pojetí opírajícího se o zkušenosti se zpravodajskými médii druhé poloviny 20. století, dostáváme více skeptický obrázek: mladí lidé méně čtou denní tisk, méně poslouchají rozhlasové zprávy i méně sledují televizní zpravodajství; pokud už se ke zpravodajství dostanou (zejména v internetovém prostředí), je jejich pozornost věnovaná zprávám více nahodilá, povrchní a nepravidelná (Mindich, 2005; Patterson, 2007; Kohut, 2013). Naproti tomu dnes přibývá studií (založených často na kvalitativních výzkumných postupech), jež dokládají, že u mladé generace dochází k proměně jak v chápání zpráv, tak ve způsobech jejich konzumace (Costera Meijer, 2007; Huang, 2009; Marchi, 2012; Sveningsson, 2015; Clark, Marchi, 2017). Jak uvádí autoři výzkumné zprávy *How Youth Navigate the News Landscape*, „mladí lidé mají nevyhraněné pojetí zpráv, jež zahrnuje širokou škálu obsahů, která značně přesahuje produkci tradičních novinářských institucí“ (Madden a kol., 2017, s. 8). Společné výše uvedeným studiím je mimo jiné konstatování, že mladí lidé nejsou lhostejní k okolnímu světu a neztratili zájem o informace týkající se celospolečenského dění, oproti starším generacím se však liší v přístupu k informacím a ve způsobech pohybu v mediálním prostoru.

2 Mladí lidé a konzumace zpráv v digitálním světě

Jak konstatuje Kramp (2017), digitální transformace, kterou oblast mediální komunikace prochází, probíhá v různých generačních skupinách odlišnou rychlostí. Uživatelské zvyky starších generací se formovaly po dlouhý čas, staly se pevnou součástí jejich každodenních životů a dnes se mění jen pozvolně. Lidé vyrůstající v dobách, kdy hlavními zdroji informací byly noviny resp. rozhlasové a televizní zpravodajství, považují sledování zpráv za záměrnou a pravidelnou činnost, které je třeba věnovat zvýšenou pozornost a jež je spojena s určitými ustálenými časy během dne. Naopak mladí lidé formují své mediální chování ruku v ruce s nejnovějšími digitálními a mobilními technologiemi a se všemi možnostmi, které tyto technologie nabízí. Pokud chtějí být informováni o tom, co se kolem nich děje, požadují informace okamžitě a v takové podobě, aby je mohli rychle zkonzumovat a poté se věnovat jiné činnosti. Mnohé z výzkumných studií používají pro toto chování přirovnání z oblasti gastronomie – jde o jakési „ukusování“ či „ochutnávání“ zpráv (rychlé přelítnutí titulků, letmá kontrola zpráv na sociálních sítích apod.), které tvoří jen jednu z položek rozsáhlého mediálního menu (srov. Costera Meijer, 2007; Marchi, 2012; Sveningsson, 2015). Zdá se přitom, že nemalá část užívání zpráv mladými jedinci není nijak plánovaná a je spíše vedlejším důsledkem pobývání v mediálním (a společenském) prostoru, kde jsou dnes zprávy všudypřítomné.⁴ Tato náhodná, nezáměrná konzumace zpravodajství je v důsledku nárůstu času, který jedinci tráví v online prostředí a speciálně na sociálních sítích, stále rozšířenějším jevem. Bylo by však nepřesné rozdělovat publikum zpravodajství dichotomicky na jeho záměrné a náhodné konzumenty. Jak ukazuje Boczkowski a kol. (2018) ve studii zaměřené na konzumaci zpravodajství mladými uživateli sociálních sítí, mladí lidé volí v různých situacích různé uživatelské praktiky a při pobytu na sociálních sítích často volně přecházejí od cíleného k náhodnému užívání zpráv a naopak.⁵

V dnešním informačně nasyceném mediálním prostředí se zprávy k mladým lidem dostávají z početného množství zdrojů, prim mezi nimi hrají online zdroje a sociální sítě, užívané stále častěji prostřednictvím mobilních zařízení (Mitchell a kol., 2016). Popularita právě těchto zdrojů

pramení z několika skutečností. Jednak je zde již zmiňovaná rychlost a dostupnost informací, tedy možnost mít přístup ke zprávám kdykoli a kdekoli, kterou online svět poskytuje, a jež je mladými lidmi oceňována. Další výhodou online zpravodajství a sociálních sítí je možnost jejich personalizace, přizpůsobení jedincovým potřebám a preferencím, které odrážejí jejich individualizované životní styly. Snaha po personalizaci prostupuje celým spektrem mediálního konzumu mladých lidí, již si prostřednictvím sociálních sítí a chatovacích aplikací vytvářejí svůj každodenní mix složený z informací, komunikace a zábavy (Kramp, Weichert, 2018). Personalizace má v souvislosti se zpravodajstvím v prostředí online sociálních sítí dva podstatné rysy. Prvním z nich je kombinace záměrnosti a nezáměrnosti. Na jedné straně mohou mladí lidé uplatňovat vyšší míru osobní kontroly nad výběrem zpráv (srov. Van Cauwenberge a kol., 2013), na straně druhé se stávají objektem kontroly ze strany technologických platforem, jež jedincům „předvybírají“ zpravodajský obsah přizpůsobený očekávatelnému chování a preferencím jednotlivých uživatelů. „Dříve to byly rozsáhlé novinářské organizace, kdo určoval, co lze považovat za zprávu, a kdo rovněž sloužil jako gatekeeper zpráv. Avšak teenageři a mladí dospělí mají s tímto světem jen velmi malou zkušenost: v jejich světě představují gatekeepery rozmanité soubory algoritmů, jež jsou pro průměrného uživatele často neviditelné a nevysvětlitelné.“ (Madden a kol., 2017, s. 9). Druhým podstatným rysem personalizace zpráv je její obousměrnost. Nejenže proud informací, které vyhledáváme a přijímáme, odpovídá našim osobním preferencím, zároveň ale naše chování na sociální síti – jaké zprávy či zpravodajské zdroje pozitivně hodnotíme („lajkujeme“), sdílíme, komentujeme či vytváříme – vyjadřuje naši osobnost i navenek. Uživatelské praktiky spojené se zprávami na sociálních sítích se tak pro mladé lidi stávají důležitým prvkem při formování a udržování vlastní identity a nástrojem pro udržování sociálních vztahů (viz Marchi, 2012).

Právě sociální funkce zpráv je motivem, který se ve výzkumech zaměřených na mladé lidi a zpravodajství opakovaně objevuje (srov. Costera Meijer, 2007; Marchi, 2012; Condeza a kol., 2014; Madden a kol., 2017). Zdá se, že potřeba být informován, vědět, co se ve společnosti a ve světě děje, pramení u mladých přinejmenším zčásti ze sociálních důvodů. Jak

uvádí Boczkowski a kol. (2018, s. 3533), „... (mladí – pozn. autora) lidé jsou k četbě o současném dění částečně motivováni touhou interagovat s ostatními a vystavovat se informacím, které ostatní vytvářejí a sdílejí.“ Interakční charakter prostředí sociálních sítí a obecně digitálních médií umožňuje mladým lidem podílet se na novém jevu, který Clark a Marchi nazývají „spojovací žurnalistikou“ (connective journalism): žurnalistikou, jež prostřednictvím vzájemného sdílení, vytváření a přetváření zpráv vede k ustavování individuálních a kolektivních identit (Clark, Marchi, 2017, s. 14). Sociabilita zpráv má však ještě širší význam, jenž přesahuje prostředí online sociálních sítí. Řada situací, při nichž jsou mladí lidé konfrontováni se zpravodajstvím, pramení z jejich každodenních sociálních interakcí, zpravodajství se zároveň stává stimulem pro běžnou komunikaci s ostatními jedinci. Důležitou roli zde hraje rodinné prostředí a nejbližší sociální okolí mladých lidí: rodiče, prarodiče či starší sourozenci se často stávají zdrojem informací o aktuálním dění a pomáhají zejména dospívajícím s vysvětlením relevance jednotlivých událostí (Marchi, 2012). Společně sledované televizní zpravodajství se pak stává odrazovým můstkem pro následující rodinné diskuse a motivuje mladé lidi k dohledávání informací o tématech, která je osobně zajímají. Znalost událostí, jež jsou společností pokládány za důležité, je mladými vnímána jako základ sociálního pouta k ostatním lidem, protože dává společný základ pro komunikaci v rámci rodiny, okruhu přáteli i mimo něj (Madden a kol., 2017).

Přinejmenším část výzkumů tak dnes naznačuje, že dospívající a mladí dospělí nejsou k dění okolo sebe lhostejní a že považují za důležité věnovat pozornost tomu, co se ve společnosti odehrává. Navzdory tomu, že si uvědomují důležitost zpravodajství a jeho sledování, se však k tradičním zpravodajským médiím staví rezervovaně. Důvody tohoto postoje jsou značně rozmanité. Tradiční zpravodajství bývá mladými označováno za nudné, nezajímavé a nesrozumitelné (Costera Meijer, 2007; Marchi, 2012), příliš triviální a senzacechtivé (Huang, 2009), zaujaté a nepřesné (Madden a kol., 2017) či nadmíru orientované na negativní zprávy (Kramp, Weichert, 2018). Obzvlášť často se ve výzkumech objevuje poukaz na irelevanci produkce tradičních zpravodajských médií pro životy mladé generace (Barnhurst, 1998; Buckingham, 1999; Marchi, 2012).

Na vině je podle mladých lidí jednak přílišná orientace zpravodajského provozu na politické zpravodajství, jednak opomíjení témat, jež se jich týkají. Jak vyplývá ze zprávy *News and America's Kids*, takřka sedmdesát procent amerických teenagerů se domnívá, že většina zpravodajských médií nemá ponětí o tom, jak skutečně vypadá jejich život; zároveň si tři čtvrtiny respondentů myslí, že při referování o tématech, která se jich týkají, by média měla dávat více prostoru samotným dospívajícím a nikoli jen expertům a dalším dospělým, již se domnívají, že teenagerům rozumí (Robb 2017).

3 Zpravodajství a občanská angažovanost

Nesporným předpokladem fungování moderních demokracií jsou informovaní občané, kteří si na základě informací z médií vytváří představu o okolním světě, podle níž v něm jednají a rozhodují se při volbě svých politických zástupců. Široce sdílené zdroje zpráv zároveň vytváří prostor pro formulaci témat a řešení problémů, které jsou pro dané společenství důležité. Současné proměny v oblasti sledování zpráv a zpravodajských médií mladými lidmi v západních zemích tak vyvolávají řadu otázek souvisejících s povahou občanství a kvalitou demokratického společenství. Jsou-li dnešní mladí lidé v porovnání s předchozími generacemi méně pravidelnými konzumenty zpráv, jak to ovlivní jejich informovanost a schopnost rozhodování v demokratických procesech? Pokud budou stále více spoléhat na personalizované informace zprostředkované sociálními sítěmi, nakolik budou schopni udržovat si přehled o důležitých společenských tématech v celé jejich šíři? A jak se jejich odlišné návyky v konzumování zpráv odrazí v projevech občanské angažovanosti?

Množství výzkumů uskutečněných v posledním půlstoletí potvrzuje, že mezi sledováním zpravodajství a mírou občanské angažovanosti jedince existuje pozitivní korelace (McLeod, 2000; Edgerly a kol., 2018). Dospívající či mladí dospělí, kteří častěji a pravidelněji sledují zpravodajství, jsou zároveň aktivnějšími občany: pomáhají řešit problémy ve své komunitě, chodí pravidelněji k volbám či se častěji stávají členy různých zájmových skupin včetně politických (viz např. Lopez a kol., 2006; Hoffman, Thomson, 2009; Drok a kol., 2018); naopak ti, kteří se

zprávám vyhýbají, vykazují nejslabší úroveň občanské a politické participace (Edgerly a kol., 2018). Potvrdilo se, že pozornost věnovaná zpravodajství je jedním z důležitých činitelů v rámci procesu občanské socializace jedince;⁶ dnes však není zřejmé, jak bude tento proces probíhat u generací, jež zprávy konzumují menší měrou či značně odlišnými způsoby, než tomu bylo u starších ročníků. Aktuální výzkumy, které se zabývají souvislostí mezi konzumací zpráv v digitálním prostředí na straně jedné a občanskou a politickou participací na straně druhé, dospívají k nejednoznačným závěrům. Řada studií například konstatuje, že sledování zpráv na sociálních sítích je spojeno spíše s nižší mírou politických znalostí, nižším zájmem o politiku a nižší mírou politické participace (Baumgartner, Morris, 2010; Gil de Zúñiga, Diehl, 2019; Lee, Xenos, 2019). Jak ukazují např. Shehata a Strömbäck (2018) v rozsáhlé reprezentativní studii švédské populace, zatímco konzumace zpravodajství z „tradičních“ zdrojů (od televizního zpravodajství až po zpravodajské weby) měla u recipientů pozitivní vliv na úroveň znalostí o aktuálním politickém a společenském dění, v případě sledování zpráv prostřednictvím sociálních sítí nebyl tento pozitivní vliv zaznamenán. Objevují se však též studie, podle nichž i konzumace zpráv ze sociálních sítí může podnítit motivaci k politické participaci a k zapojení se do občanského a politického života (Holt a kol., 2013; Hao a kol., 2014).⁷

Otázkou také je, zda se v průběhu příštích let promění chování rozsáhlé skupiny dnešní mládeže, která se zprávám vyhýbá či sleduje zpravodajství jen zcela okrajově. Pokud by nižší potřeba sledování zpráv a získávání informací o dění ve společnosti přetrvávala u mladých lidí i v jejich pozdějším věku, mohlo by to mít negativní důsledky pro fungování demokratických společností. Realnost této hrozby lze s ohledem na rychlost a rozsah technologických, ekonomických a sociálních změn, jimiž západní společnosti procházejí, jen stěží odhadnout. David Buckingham (1999) již před více než dvaceti lety psal o náznacích, podle nichž bude tradiční „efekt věku“ (mladí lidé si začínají politický svět uvědomovat až s přibývajícím věkem) nahrazen „efektem kohorty“, tedy že nízká politická informovanost a nízký zájem o zprávy pokrývající politické dění přetrvá u současné mladé generace i v jejích dalších životních fázích. Novější studie přicházejí s dalšími indiciemi dokládajícími tento trend. Dlouhodobé

výzkumy Pew Research Center ukazují, že množství času věnovaného zpravodajství je u jednotlivých generací – alespoň v případě Spojených států – relativně stabilní a v průběhu času neměnné. Tzv. milleniálové (lidé narození v letech 1982–1996) trávili v roce 2012 sledováním zpráv prakticky stejný čas jako o osm let dříve, stejně tak příslušníci generace X (generace narozené 1965–1981) vykazovali v průběhu osmi let jen minimální změnu. U těchto dvou generací tak ve sledovaném období žádný efekt věku nenastal. Jak konstatuje výzkumník Pew Research Center Andy Kohut (2013), „i když dnešní publikum mladého a středního věku nadšeně přechází k internetu jako svému hlavnímu zdroji zpráv, nezdá se pravděpodobné, že by kdy dosáhlo takového dychtivého zájmu o zprávy, jaký panuje u předchozích generací.“ Podobně tříletá studie švédských dospívajících ukázala, že vyhýbání se zprávám, které je u jedinců v této věkové skupině velmi rozšířené, není dočasným, ale spíše stabilním jevem: v průměru pouze jeden ze čtyř adolescentů, kteří na začátku studie nevěnovali zpravodajství žádnou pozornost, se v následujících dvou letech stal jejich konzumentem (Shehata, 2016).

Připomeňme však, že starší generace vyrůstaly a formovaly své uživatelské návyky v prostředí charakteristickém omezenou nabídkou mediálních zdrojů. Je možné, že mladší generace, vyrůstající naopak v prostředí s nebyvale vysokým množstvím těchto zdrojů, si vzorce častějšího či pravidelnějšího sledování zpravodajství začnou rozvíjet až v pozdějším věku a potrvá jim to déle (srov. Wonneberger, Kim, 2017). Rovněž je nutné vzít v úvahu celkový posun ve způsobu života společnosti a životním cyklu nastupujících generací, který se odráží i ve formování občanských a politických postojů. Jak podotýkají Flanagan a Levine (2010), tyto postoje se u jedince utváří v přechodu z pozdní adolescence k mladé dospělosti, avšak stabilní vzorce občanské angažovanosti se zformují až v okamžiku, kdy se v jeho životě objeví pevné body spojené s dospělostí: ukončené studium, stabilní zaměstnání, nalezení stálého partnera a založení rodiny. „Tyto dospělé role dávají životu předpověditelnou strukturu, která zvyšuje pravděpodobnost pravidelného zapojení do dění v komunitě a do občanských záležitostí.“ (Flanagan, Levine, 2010, s. 160–161) Jelikož mladí lidé v dnešních západních společnostech svůj přechod k dospělosti v mnoha ohledech prodlužují – déle studují, pevné

pracovní pozice získávají v pozdějším věku a mnohem později vstupují do manželství a zakládají rodiny – lze předpokládat, že i vzorce občanské angažovanosti včetně sledování zpravodajství se u nich rozvinou později.⁸

Závěrem: od informace vyhledávajícího k informacemi vyhledávanému občanovi

V diskusích o mladých lidech, jejich vztahu ke zpravodajství a související míře občanské angažovanosti zaznívá množství protichůdných hlasů. Nejenže nám výzkumy dokládají, jak rozmanité přístupy ke zpravodajským médiím si mladí lidé vytvářejí, zároveň se ale také ukazuje, jak komplikované je dnes samotné vymezení pojmů, jichž chceme používat (srov. Drok a kol., 2018). V digitálním mediálním prostředí je stále těžší definovat, co přesně znamená sledování zpravodajství: informace proudí širokým spektrem kanálů, přičemž mladí lidé často preferují ty méně konvenční a neinstitucionalizované zdroje zpráv, jako jsou krátké facebookové příspěvky, uživatelská videa na kanálu youtube či nezpravodajské typy pořadů (např. televizní či internetová politická satira).

Stejně tak je dnes obtížné vymezit pojem občanské angažovanosti. Pokud se podíváme na její standardní indikátory (např. důvěra v ostatní lidi, konzumace zpravodajství, zájem o politické dění, účast u voleb atd.), pak platí, že mladí lidé žijící v západním světě jsou v posledních deseti letech skutečně méně občansky angažovaní, než byly předchozí generace mládeže (viz Putnam 2000; Delli Carpini 2000; Henn, Foard 2012). Jak však poukazují někteří autoři, pojetí občanství prochází v posledních dekádách celkovou proměnou a s ní se objevují i nové projevy občanské angažovanosti (viz Bennett, 2007; Palfrey, Gasser, 2008; Bennett, 2008). Podle Bennetta jsme v současné době svědky přechodu od modelu svědomitého občana, jenž cítí povinnost zajímat se o veřejné dění, sledovat politiku a chodit k volbám, k modelu tzv. realizujícího se občana, mezi jehož charakteristiky patří mj. nedůvěra v politiku a politickou scénu, nižší ochota podílet se na „oficiálních“ aktech jako jsou volby a rovněž menší zájem o získávání informací o veřejném dění prostřednictvím tradičních mediálních institucí. Realizující se občané přitom aktivně zasahují do veřejného prostoru: soustředí se na různé formy aktivismu ve věcech,

jež vyjadřují jejich preference a zájmy, a to prostřednictvím neoficiálních struktur, často ad hoc vytvořených v digitálním prostředí (Bennett 2008).

Příhodně tuto proměnu pojetí občanství ve vztahu ke sledování informací o veřejném dění vystihuje sociolog médií Michael Schudson, když rozlišuje mezi modelem informovaného a monitorujícího občana. První z těchto modelů je typickým pro 19. století a první polovinu 20. století, nicméně dodnes ovlivňuje představy o tom, jak má správný občan ke zpravodajství přistupovat. Takový občan měl být informovaný o všem podstatném, co se ve společnosti děje, aktivně vyhledávat zprávy a udržovat si přehled o politických stranách a jejich postojích. Tento občanský přístup odpovídal dobové mediální realitě, charakteristické omezeným počtem zdrojů informací. V dnešním světě, uvádí Schudson na sklonku devadesátých let, kdy jsou jedinci součástí nepřetržitého globálního informačního toku, se občan stává občanem monitorujícím – občanem, který pouze „skenuje“ (nikoli podrobně čte) různé druhy zpráv a informačních zdrojů. Při tomto povrchním sledování informací je pak schopen zachytit případný upozorňující signál, že určité téma vyžaduje jeho větší pozornost (Schudson, 1998; Jakubowicz 2013).

Paradoxem současného mediálního prostředí je, že posiluje jak tendence k vyhýbání se zprávám, tak tendence k většímu zapojení jedince do informačního toku. Enormní nabídka, již dnes globální mediální systém poskytuje, v kombinaci s personalizací mediálního konzumu umožňují snadné unikání zpravodajským obsahům a odpojení se od proudu informací zaměřeného na veřejné záležitosti. Zároveň ale tentýž mediální systém působí jako stále silnější propojovací síla, ať již ve smyslu technickém (konvergence médií a propojení různých komunikačních kanálů) či sociálním (propojení jednotlivců a skupin prostřednictvím komunikačních technologií). V takto propojeném prostředí je pak vyhýbání se jakýmkoli zprávám prakticky nemožné, byť je jejich konzumace často náhodná a nezáměrná – zprávy si zde jedince najdou samy (srov. Gil de Zúñiga, Diehl, 2019). Přijmeme-li Schudsonovu diagnózu proměny občanství ve vztahu ke sledování zpráv, jako klíčový problém dneška se nezdá být ani tak vyhýbání se zprávám jako spíš to, zda současní mladí mediální uživatelé patří stále ještě mezi monitorující občany, schopné zachytit varovné signály problematických jevů ve společnosti.

Poznámky:

- ¹ Občanskou angažovanost chápeme v tomto textu jako individuální či kolektivní postoje a formy jednání, které vedou k zapojení jedinců do sociálního a politického života společnosti (srov. APA, 2009; Banyan, 2016)
- ² Tuto skutečnost potvrzují i výzkumy uskutečněné v České republice, viz Macek a kol., 2015; NFNŽ, 2018.
- ³ Jak ukazuje například český výzkum *Informovanost a participace mládeže*, uskutečněný v roce 2009 na reprezentativním vzorku mladých lidí ve věku 15–26 let, o tuzemské politické dění se alespoň okrajově zajímají tři čtvrtiny mladých, jejichž rodiče jsou vysokoškoláci; u potomků rodičů se základním nebo středním vzděláním bez maturity je to jen 53 procent (Ipsos Tambor 2009: 29).
- ⁴ Podoby tohoto „sledování“ zpráv mohou být velmi rozmanité: někdy se mladí lidé nudí a k ukrácení dlouhé chvíli se dívají v mobilních telefonech do zpravodajských aplikací či procházejí zprávy na Twitteru; při procházení příspěvků na facebooku narazí na zajímavou zprávu, kterou sdílel nebo komentoval někdo z jejich přátel; jindy při snídani zběžně projdou noviny, které na stole nechali rodiče; během sledování televize přepínají mezi stanicemi, náhodně narazí na zpravodajský kanál a chvíli ho sledují; večer tráví čas s rodiči, kteří se zrovna dívají na zpravodajskou relaci v televizi apod.
- ⁵ Sveningsson (2015) v této souvislosti poukazuje na zajímavou skutečnost ohledně vnímání nezáměrné konzumace zpráv samotnými aktéry. V rámci svého výzkumu zaměřeného na zkušenosti mladých lidí se zprávami na sociálních sítích vedla s jeho účastníky nejen rozhovory, ale rovněž je nechala průběžně zaznamenávat jejich mediální zkušenosti do deníků. Jak posléze zjistila, když respondenti v rozhovorech vyčíslovali četnost sledování zpravodajství, docházeli k nižším údajům oproti záznamům z deníků. Zdá se, že v denících hojně zmiňovanou nezáměrnou konzumaci zpravodajství (jako například rychlé zkontrolování zpravodajské aplikace v mobilním telefonu) nemusí mladí lidé považovat za „opravdové“ sledování zpráv.

- ⁶ Jak uvádí Shah a kol. (2009), jedním z klíčových prvků občanské (politické) socializace je komunikační kompetence jedince. Ta sestává ze dvou složek: z *užívání médií*, především v podobě sledování zpravodajství o veřejném dění, a *interpersonální komunikace* ohledně veřejného dění a politiky, jež probíhá doma v rodině, ve škole a mezi vrstevníky.
- ⁷ Průkaznějším závěrům ohledně vlivu konzumace jednotlivých typů zpravodajství na míru občanské angažovanosti brání obecně několik překážek. Jednou z nich je skutečnost, že lidé obvykle konzumují v průběhu dne různé typy zpráv z rozličných typů médií (sociálních sítí, webových stránek, rozhlasového a televizního vysílání, tištěných médií) a lze předpokládat, že při tom dochází ke vzájemné kombinaci účinků těchto zpráv. I když konzumace informací o společenském dění uskutečňovaná výhradně prostřednictvím sociálních sítí nemusí podněcovat jedince k občanské aktivitě, pokud je doplněna o zprávy z konvenčních informačních zdrojů, může k ní nakonec vést (viz Edgerly a kol., 2018). Dalším limitujícím faktorem je provázanost a vzájemné působení různých socializačních činitelů. Jak ukazuje například výzkum Boyda a kol. (2011), důležitou spojnici mezi sledováním zpravodajských médií a vyšší mírou občanské angažovanosti představují diskuse dospívajících s rodiči, v nichž probírají informace, které se ze zpravodajství dozvěděli. Při zkoumání vlivu konzumace zpravodajství na občanskou angažovanost je navíc potřeba mít na paměti, že jde s velkou pravděpodobností o obousměrné působení: konzumace zpráv vede jedince k občanské aktivitě, zároveň jsou to ale občansky angažovaní jedinci, kdo častěji vyhledává zpravodajství a konzumuje zprávy (viz Kruikemeier, Shehata, 2017; Drok a kol., 2018).
- ⁸ Flanagan a Levine (2010, s. 161–162) tento posun ilustrují na vývoji volební účasti jednotlivých věkových kohort Američanů u prezidentských voleb v letech 1956–2000. V průběhu tohoto období dochází k setrvalému poklesu účasti prvovoličů: zatímco v roce 1956 dorazilo ke svým prvním volbám více než 70 % mladých Američanů, o dvacet let později jich bylo pouze kolem 45 %. Pokud se však podíváme, jak jednotlivé kohorty volily následně ve svých druhých, třetích a dalších volbách, zjistíme, že mladší ročníky Američanů v průběhu svého života

postupně vyrovnají volební účast na úroveň starších ročníků (například u voleb v roce 2000 činil rozdíl ve volební účasti mezi kohortou prvovoličů z roku 1956 a 1976 méně než 5 %). Jinými slovy, každá následující generace voličů „startuje“ na nižší volební účasti než generace předchozí, ale s přibývajícím věkem se tento rozdíl stále více snižuje.

Literatura:

- AMERICAN PSYCHOLOGICAL ASSOCIATION. *Civic engagement* [online]. APA, 2009 [cit 27. 9. 2020]. Dostupné z: <https://www.apa.org/education/undergrad/civic-engagement>.
- BANYAN, M. *Civic engagement* [online]. Encyclopædia Britannica, 2016 [cit 27. 9. 2020]. Dostupné z: <https://www.britannica.com/topic/civic-engagement>.
- BARNHURST, K. 1998. „Politics in the Fine Meshes: Young Citizens, Power and the Media.“ *Media, Culture & Society*, 1998, Vol. 20, Nr. 2, pp. 201–218.
- BAUMGARTNER, J, MORRIS, J. „MyFaceTube politics: Social networking web sites and political engagement of young adults.“ *Social Science Computer Review*, 2010, Vol. 28, Nr. 1, pp. 24–44.
- BAUERLEIN, M. *The Dumbest Generation—How the Digital Age Stupefies Young Americans and Jeopardizes Our Future*. London: Penguin Books, 2008.
- BENNETT, W. L. „Civic learning in changing democracies: challenges for citizenship and civic education.“ In DAHLGREN, P. (ed.) *Young citizens and new media: learning democratic engagement*. New York: Routledge, 2007, pp. 59–77.
- BENNETT, W. L. „Changing citizenship in the digital age“. In BENNETT, W. L. (ed.) *Civic life online. Learning how digital media can engage youth*. Cambridge, MA: MIT Press, 2008, pp. 1–24.
- BLEKESAUNE, A., ELVESTAD, E., AALBERG, T. „Tuning out the World of News and Current Affairs – An Empirical Study of Europe’s Disconnected Citizens.“ *European Sociological Review*, 2010, 28(1), pp. 110–126.
- BOCZKOWSKI, P., MITCHELSTEIN, E., MATASSI, M. „News Comes across When I’m in a Moment of Leisure’: Understanding the Practices of Incidental News Consumption on Social Media.“ *New Media & Society*, 2018, 20(10), pp. 3523–3539.
- BOYD, M., ZAFF, J., PHELPS, E., WEINER, M., LERNER, R. „The relationship between adolescents’ news media use and civic engagement: The indirect effect of

- interpersonal communication with parents." *Journal of adolescence*, 2011, 34(6), pp. 1167–1179.
- BUCKINGHAM, D. „Young people, politics and news media: Beyond political socialisation." *Oxford Review of Education*, 1999, 25(1–2), pp. 171–184.
- CLARK, L., MARCHI, R. *Young People and the Future of News: Social Media and the Rise of Connective Journalism*. Cambridge, New York: Cambridge University Press, 2017.
- CONDEZA, R., BACHMANN-CÁCERES, I., MUJICA-HOLLEY, C. „News consumption among Chilean adolescents: Interest, motivations and perceptions on the news agenda." *Comunicar*, 2014, Vol. 22, Nr. 43, pp. 55–64.
- COSTERA MEIJER, I. „The Paradox of Popularity: How Young People Experience the News." *Journalism Studies*, 2007, 8(1), pp. 96–116.
- CURRAN, J., IYENGAR, S., BRINK LUND, A., SALOVAARA-MORING, I. „Media system, public knowledge and democracy: A comparative study." *European Journal of Communication*, 2009, Vol. 24, Nr. 1, pp. 5–26.
- DELLI CARPINI, M. „Gen.com: Youth, civic engagement, and the new information environment." *Political Communication*, 2000, Vol. 17, Nr. 4, pp. 341–349.
- DROK, N., HERMANS, L., KATS, K. „Decoding youth DNA: The relationship between social engagement and news interest, news media use and news preferences of Dutch millennials." *Journalism*, 2018, Vol. 19, Nr. 5, pp. 699–717.
- EDGERLY, S., VRAGA, E., BODE, L., THORSON, K., THORSON, E. „New media, new relationship to participation? A closer look at youth news repertoires and political participation." *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 2018, Vol. 95, Nr. 1, pp. 192–212.
- ELVESTAD, E., BLEKESAUNE, A., AALBERG, T. *The Polarized News Audience? A Longitudinal Study of News-Seekers and News-Avoiders in Europe* [online]. Paper presented at the 2014 annual meeting of the American Political Science Association, 2014 [cit. 27. 9. 2020]. Dostupné z: <https://ssrn.com/abstract=2469713>.
- FLANAGAN, C., LEVINE, P. „Civic engagement and the transition to adulthood." *The Future of Children*, 2010, Vol. 20, Nr. 1, pp. 159–179.
- GEERS, S. „News Consumption across Media Platforms and Content: A Typology of Young News Users." *Public Opinion Quarterly*, 2020, Vol. 84, Nr. S1, pp. 332–354.
- GIL DE ZÚÑIGA, H., DIEHL, T. „News finds me perception and democracy: Effects on political knowledge, political interest, and voting." *New media & society*, 2019, Vol. 21, Nr. 6, pp. 1253–1271.
- HAO, X., WEN, N., GEORGE, C. „News consumption and political and civic engagement among young people." *Journal of Youth Studies*, 2014, Vol. 17, Nr. 9, pp. 1221–1238.

- HENN, M., FOARD, N. „Young people, political participation and trust in Britain.“ *Parliamentary Affairs*, 2012, Vol. 65, Nr. 1, pp. 47–67.
- HOFFMAN, L., THOMSON, T. „The effect of television viewing on adolescents' civic participation: Political efficacy as a mediating mechanism.“ *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 2009, Vol. 53, Nr. 1, pp. 3–21.
- HOLT, K., SHEHATA, A., STRÖMBÄCK, J., LJUNGBERG, E. „Age and the effects of news media attention and social media use on political interest and participation: Do social media function as leveller?“ *European journal of communication*, 2013, Vol. 28, Nr. 1, pp. 19–34.
- HUANG, E. „The causes of youths' low news consumption and strategies for making youths happy news consumers.“ *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*, 2009, Vol. 15, Nr. 1, pp. 105–122.
- IPSOS TAMBOR. *Informovanost a participace mládeže. Zpráva z výzkumu* [online]. Praha: Národní institut dětí a mládeže, 2009 [cit. 27. 9. 2020]. Dostupné z: <http://www.vyzkum-mladez.cz/zprava/1259754857.pdf>.
- JAKUBOWICZ, K. *Nová ekologie médií. Konvergence a mediamorfóza*. Zlín: Verbum, 2013.
- KOHUT, A. *Pew surveys of audience habits suggest perilous future for news* [online]. Poynter, 2013 [cit. 27. 9. 2020]. Dostupné z: <http://www.poynter.org/news/pew-surveys-audience-habits-suggest-perilous-future-news>.
- KRAMP, L. „We Need to Keep Moving': Strategies of News Media to Attract Young Audiences in Germany.“ In TOSONI, S., CARPENTIER, N., MURRU, M., KILBORN, R., KRAMP, L., KUNELIUS, R., MCNICHOLAS, A., OLSSON, T., PRUULMANN-VENGERFELDT, P. (eds.) *Present Scenarios of Media Production and Engagement*. Bremen: Edition Lumière, 2017, pp. 107–122.
- KRAMP, L., WEICHERT, S. „Millennials, die unbekannten Wesen: Wie journalistische Medien und Nachrichtenangebote junge Menschen im digitalen Zeitalter erreichen – und was sie von ihnen lernen.“ In OTTO, K., KÖHLER, A. (eds.) *Crossmedialität im Journalismus und in der Unternehmenskommunikation*. Wiesbaden: Springer, 2018, pp. 269–290.
- KRUIKEMEIER, S., SHEHATA, A. „News media use and political engagement among adolescents: An analysis of virtuous circles using panel data.“ *Political Communication*, 2017, 34(2), pp. 221–242.
- LEE, S., XENOS, M. „Social distraction? Social media use and political knowledge in two US Presidential elections.“ *Computers in human behavior*, 2019, 90, pp. 18–25.
- LOPEZ, M., LEVINE, P., BOTH, D., KIESA, A., KIRBY, E., MARCELO, K. *The 2006 civic and political health of the nation: A detailed look at how youth participate in*

- politics and communities* [online]. CIRCLE, 2006 [cit 27. 9. 2020]. Dostupné z: <https://www.issueelab.org/resources/929/929.pdf>.
- MACEK, J., MACKOVÁ, A., ŠKAŘUPOVÁ, K., WASCHKOVÁ CÍSAŘOVÁ, L. *Stará a nová média v každodennosti českých publik (výzkumná zpráva)* [online]. Brno: Masarykova univerzita, 2015 [cit 27. 9. 2020]. Dostupné z: https://webcentrum.muni.cz/media/3081320/stara_a-nova_media_v-kazdodennosti-ceskych_publik.pdf.
- MADDEN, M., LENHART, A., FONTAINE, C. *How Youth Navigate the News Landscape* [online]. Knight Foundation, 2017 [cit. 27. 9. 2020]. Dostupné z: https://kf-site-production.s3.amazonaws.com/publications/pdfs/000/000/230/original/Youth_News.pdf.
- MARCHI, R. „With Facebook, blogs, and fake news, teens reject journalistic ‚objectivity‘.“ *Journal of Communication Inquiry*, 2012, Vol. 36, Nr. 3, pp. 246–262.
- MCLEOD, J. „Media and civic socialization of youth.“ *Journal of Adolescent Health*, 2000, Vol. 27, Nr. 2, pp. 45–51.
- MINDICH, D. *Tuned out: Why Americans under 40 don't follow the news*. Oxford: Oxford University Press, 2005.
- MITCHELL, A., GOTTFRIED, J., BARTHEL, M., SHEARER, E. *The Modern News Consumer: News Attitudes and Practices in the Digital Era* [online]. Pew Research Center, 2016 [cit. 27. 9. 2020]. Dostupné z: <http://www.journalism.org/2016/07/07/the-modern-news-consumer>.
- NADAČNÍ FOND NEZÁVISLÉ ŽURNALISTIKY. Češi a zpravodajství [online]. Praha: Nadační fond nezávislé žurnalistiky, 2018 [cit. 27. 9. 2020]. Dostupné z: <http://www.mapamedii.cz/segmenty/index.php>.
- PALFREY, J., GASSER, U. *Born digital: Understanding the first generation of digital natives*. New York: Basic Books, 2018.
- PATTERSON, T. *Young People and News*. Cambridge, MA: Joan Shorenstein Center on the Press, Politics and Public Policy, 2007.
- PUTNAM, R. *Bowling Alone: The Collapse and Revival of American Community*. New York: Simon & Schuster, 2000.
- ROBB, M. *News and America's kids: How young people perceive and are impacted by the news*. San Francisco, CA: Common Sense, 2017.
- SHAH, D., MCLEOD, J., LEE, N. „Communication competence as a foundation for civic competence: Processes of socialization into citizenship.“ *Political Communication*, 2009, Vol. 26, Nr. 1, pp. 102–117.
- SHEHATA, A. „News Habits Among Adolescents: The Influence of Family Communication on Adolescents' News Media Use – Evidence From a Three-Wave Panel Study.“ *Mass Communication and Society*, 2016, Vol. 19, Nr. 6, pp. 758–781.

- SHEHATA, A., STRÖMBÄCK, J. „Learning political news from social media: Network media logic and current affairs news learning in a high-choice media environment.“ *Communication Research*, 2018, doi: 10.1177/0093650217749354.
- SCHUDSON, M. *The good citizen: A history of American civic life*. New York: Free Press, 1998.
- SVENINGSSON, M. „It's only a pastime, really': Young people's experiences of social media as a source of news about public affairs.“ *Social Media + Society*, 2015, Vol. 1, Nr. 2, pp. 1–11.
- PAPATHANASSOPOULOS, S., COEN, S., CURRAN, J., AALBERG, T., ROWE, D., JONES, P., ROJAS, H., TIFFEN, R. „Online Threat, But Television is Still Dominant.“ *Journalism Practice*, 2013, Vol. 7, Nr.6, pp. 690–704.
- VAN CAUWENBERGE, A., D'HAENENS, L., BEENTJES, H. „Young people's news orientations and uses of traditional and new media for news.“ *The European Journal of Communication Research*, 2013, 38(4), pp. 367–388.
- WATTENBERG, M. *Is voting for young people?* 3rd Edition. New York: Routledge, 2016.
- WONNEBERGER, A., KIM, S. J. „TV news exposure of young people in changing viewing environments: A longitudinal, cross-national comparison using people-meter data.“ *International Journal of Communication*, 2017, 11, pp. 72–93.

Kontakt na autora příspěvku:

Mgr. Marek Šebeš, Ph.D.
Katedra společenských věd
Pedagogická fakulta Jihočeské univerzity
U Tří lvů 1/A
371 15 České Budějovice
e-mail: msebes@pf.jcu.cz