

Abstrakt

Cílem této práce je pochopit postoje, vnímání a zkušenosti českých adolescentů, tj. současné Generace Z, ve vztahu k alkoholu v médiích. Teoretická část práce sumarizuje relevantní výzkumy, koncepty a články týkající se studované oblasti. Práce tak popisuje adolescenty z hlediska generačního rozdělení, vysvětluje specifika cílení na dospívající a rovněž je charakterizuje v souvislosti s jejich mediálním chováním. Teoretická část se dále zaměřuje na popsání různých formátů alkoholu v médiích v kontextu s dospívajícími a charakterizuje české legislativní opatření týkající se alkoholových reklam. Praktická část se soustředí na vyhodnocení vlastního šetření postaveného na principech Q-metodologie, výzkumného přístupu zaměřujícího se na pochopení postojů, vnímání a zkušeností studované problematiky pohledem vybrané cílové skupiny. Z tohoto výzkumu vyplývá, že čeští adolescenti vnímají alkohol obecně pozitivně. Toto chápání je především výsledkem jeho silné sociokulturní role v české společnosti a alkoholové prezenze v mediálních formátech, kterou mladiství hodnotí jako pozitivní. Postoj adolescentů k plánované regulaci zůstává nevyhraněný. Spíše než dodatečnou regulaci navrhuji častější osvětové kampaně týkající se negativních dopadů konzumace alkoholu. Přínosem této diplomové práce je zaměření jak na sociokulturní, tak mediální postavení alkoholu očima mladistvých – práce se tak nesoustředí výhradně na jeden studovaný element. Dalším přínosem je aplikace Q-metodologie, nepříliš rozšířeného výzkumného přístupu v České republice. Jedná se tak o první výzkum, který v rámci Karlovy univerzity zohlednil širokou škálu faktorů v souvislosti se studovaným tématem a který použil Q-metodologii jako formu výzkumného šetření.