

**VYSOKÁ ŠKOLA EVROPSKÝCH A REGIONÁLNÍCH
STUDIÍ, O. P. S., ČESKÉ BUDĚJOVICE**

BAKALÁŘSKÁ PRÁCE

MÉDIA JAKO KRIMINOGENNÍ FAKTOR

Autor práce: Jiří Klouda

Studijní obor: Bezpečnostně právní činnost ve veřejné správě

Forma studia: Kombinovaná

Vedoucí práce: Mgr. Josef Kříha

Katedra: Katedra právních oborů a bezpečnostních studií

2016

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

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

Děkuji vedoucímu bakalářské práce Mgr. Josefu Kříhovi, za cenné rady, připomínky a metodické vedení práce. Rovněž děkuji všem osloveným respondentům, kteří se zúčastnili výzkumu, za jejich kladný přístup při zpracování dotazníku.

ABSTRAKT

KLOUDA, J. *Média jako kriminogenní faktor: bakalářská práce*. České Budějovice: Vysoká škola evropských a regionálních studií, o. p. s., 2015. 61 s. Vedoucí bakalářské práce: Mgr. Josef Kříha

Klíčová slova: média, vývoj, faktor, vliv, dospělý, jedinec, zákon.

Předkládaná bakalářská práce teoreticky osvětluje vliv médií na osobnost lidského jedince. Sleduje, jakou roli sehrála média jako prostředek mezilidské komunikace v historii a jaký mají význam v procesu formování lidské osobnosti a její socializace. Rozebere úlohu médií ve věku globalizace a postavení člověka jako příslušníka informační společnosti. V této souvislosti dokládá význam mediální výchovy v současnosti. Dále je popsána právní úprava v rámci trestního řízení, proti nežádoucímu vlivu médií. Cílem bakalářské práce bylo analyzovat problematiku médií, osobnosti člověka, vlivu médií na člověka a rozebrat právní ochranu před kriminogenními faktory vlivu médií.

ABSTRACT

KLOUDA, J. *Media as Criminogenic Factor: Bachelor thesis*. České Budějovice: The College of European and Regional Studies, 2015. 61 p. Supervisor: Mgr. Josef Kříha

Key words: media, development, factor, adult, individual, law

The presented work deals with influence of media on a personality of human being. It follows the role of media as a means of interpersonal communication during history and their meaning in the process of formation of human personality and its socialization. The work analyses the role of media in the age of globalization and position of a man as a member of information society. In this context, it demonstrates the importance of media education in nowadays society. Further the work analyses legal regulation in the settings of criminal procedure against undesirable influence of media. The objective of this thesis was to analyse the problems of media, human personality, influence of media on human personality, and to explicate the idea of legal protection from criminogenic factors of media influence.

Struktura obsahu bakalářské práce:

Obsah

1 Cíl a metodika bakalářské práce	9
2 Poslání médií v životě společnosti	11
2.1 Pojem média.....	11
2.2 Historie komunikace	12
2.3 Média jako nástroj masové komunikace	14
3 Komunikační proces a osobnost	17
3.1 Pojem osobnost	17
3.1.1 Faktory determinující osobnost lidského jedince.....	17
3.1.2 Vývojová stádia osobnosti lidského jedince	21
3.2. Rizika vlivu médií v jednotlivých etapách lidského vývoje	23
4. Kriminogenní faktory	29
4.1. Pojem media jako kriminogenní faktor	29
4.2. Legislativa	31
5. Praktická část.....	35
5.1. Cíl výzkumu a výzkumné hypotézy	35
5.2. Použité metody.....	35
5.3. Sběr a zpracování dat	36
5.4. Charakteristika výzkumného souboru.....	36
5.5. Výsledky dotazníkového šetření	37
Závěr	46
Seznam použitých zdrojů	48
Literární zdroje.....	48
Časopisecká literatura	49
Elektronické zdroje	50
Legislativní dokumenty	50
Seznam grafů.....	51
Seznam obrázků	52
Seznam příloh.....	52
Dotazníkové šetření	1

Úvod

Pokusíme-li se charakterizovat současnou dobu, většinou nám vyvstanou na mysli dva fenomény současné civilizace: globalizace a informační společnost. Globalizace zasáhla oblast průmyslu, oblast obchodu, oblast služeb, trh s nemovitostmi a což je zvlášť významné oblast médií. Rozvoj elektrotechniky a vznik nových komunikačních a informačních technologií, proces globalizace urychlil a dnes se mluví o globálním trhu informací.

Ve vývoji moderní společnosti sehrávala komunikační média vždy podstatnou roli. Nejprve to byl tisk, ve 20. století nastoupila elektronická média, rozhlas a televize. Výchozí etapu přechodu od průmyslové k informační společnosti představuje probíhající komputelizace společnosti. V současné době se stal nejvýznačnějším komunikačním médiem internet. Schopnost vytvářet informace se rozrostla natolik, že jejich prostřednictvím vytváří člověk umělou „virtuální realitu“. „Vedle přirozeného časoprostoru vzniká jako produkt lidské civilizace kyberprostor.“¹

Problémem současného člověka není nedostatek informací, ale jejich nadbytek. V záplavě často protichůdných informací se jednotlivec často ztrácí. K cílenému ovlivňování názorů jednotlivců se používají vědecky propracované metody a techniky marketingové komunikace.

Přestože se v tomto případě používá název „sociální marketingová komunikace“, nezakrývá to fakt, že se jedná o účelové techniky, které se snaží ovlivnit názory, postoje a chování jedinců. Podle názorů psychologů nelze vliv masmédií na soudobého člověka přeceňovat, ale ani podceňovat a v úvahu je nutno vzít i podprahové působení. Záleží na vývojovém stupni a osobnostní struktuře každého jedince, na tom jak interpretuje informaci, jakou má předchozí zkušenost, jaké má předchozí znalosti a zkušenosti, jak je emociálně naladěn apod. Předkládaná práce se zabývá právě vlivem médií a jejich kriminogenních faktorů na osobnost lidského jedince v podmínkách informační společnosti a jeho reálným dopadům. V těchto případech nastupují preventivní a represivní instituty stání moci, které mají za úkol pomocí právních norem sjednat nápravu těchto nežádoucích stavů. Bakalářská práce analyzuje možnosti a prostředky,

¹ SAK, P. *Evoluce, člověk a sociální entita*. In: SAK, P. a kolektiv. *Člověk a vzdělání v informační společnosti*. Praha, Portál, 2007, s. 29.

které se týkají právní ochrany, jež poskytují zákony České republiky ve smyslu ochrany občanů před škodlivými faktory médií, jež zapříčiňují špatný mravní a psychický vývoj jedince.

1 Cíl a metodika bakalářské práce

Komunikační média sehrávají významnou roli v moderní společnosti. Autor se v bakalářské práci rozhodl věnovat oblasti působení médií na člověka a kriminalitu, jež mohou způsobovat. Toto téma bylo zvoleno proto, aby autor poukázal na problematiku, se kterou se setkáváme prakticky každý den. Média ovlivňují všechny věkové skupiny lidské společnosti bez ohledu na sociální postavení a vzdělání.

Cílem této bakalářské práce bude poukázat na fenomén, jak média, v nichž se vyskytuje násilí, brutalita a podprahové zprávy, ovlivňují myšlení a do jaké míry se podílí na kriminogenních faktorech. Zhodnotit zda media mohou způsobovat páchání trestné činnosti u osob, které jsou trestně odpovědné. Rozbor právní úpravy dané problematiky a legislativní ochrany před negativními dopady na společnost. Předmětem práce je analýza problematiky médií, osobnosti člověka, vlivu médií na člověka a posoudit, zda mají na člověka média vliv spíše pozitivní nebo negativní a dále rozebrat právní ochranu před kriminogenními faktory vlivu médií.

Při zpracování bakalářské práce byla použita v teoretické části analýza veřejně dostupných a odborných literatur, které jsou svým tématem zaměřeny na problematiku médií. V praktické části je proveden výzkum, který byl vypracován formou dotazníkového šetření na vliv současných médií na osoby v dospělosti.

První kapitola popisuje zkoumaný problém, cíl a metodiku práce, kterou byl zpracován.

V druhé kapitole je objasněno, jakou roli sehrála média jako prostředek mezilidské komunikace v historii. Definuje pojem média a jejich úlohu v rámci mezilidské komunikace. Ve stručnosti popisuje komunikační média v minulosti a jejich úlohu při vzniku moderní společnosti. Analyzuje působení masových komunikačních médií jako nástrojů masové komunikace typické pro průmyslovou společnost.

Třetí kapitola je věnována osobnosti lidského jedince. Charakterizuje, jakou roli v procesu socializace člověka sehrávají média jako nositelé informací a na druhé straně, jak člověka ovlivňují jako prostředky propagandy a reklamy. Popisuje faktory ovlivňující formování osobnosti a průběh socializace lidského jedince. Poukazuje na specifické postavení médií ve věku globalizace. Analyzuje roli člověka jako příslušníka informační společnosti a upozorňuje na nebezpečí existence kyberprostoru a s tím

spojený životní styl části současné generace. Zároveň je zde zdůrazněn význam mediální výchovy.

Čtvrtá kapitola se zabývá kriminogenními faktory. Vysvětluje pojem medií jako kriminogenní faktor a popisuje účinky medií na jedince. Dále je zaměřena na legislativní ochranu občanů na území České republiky. Z hlediska prevence jsou zde objasněny a rozebrány právní normy, které se danou problematikou zaobírají. Jedná se zejména o tyto: Zákon č.40/2009 Sb., trestní zákoník ve znění pozdějších předpisů (dále jen „trestní zákoník“), zákon č. 132/2010 Sb. o audiovizuálních mediálních službách na vyžádání a o změně některých zákonů (dále jen „zákon o mediálních službách“), zákon č. 231/2001 Sb., o provozování rozhlasového a televizního vysílání a o změně dalších zákonů (dále jen „zákon RTV“), zákon č. 40 ze dne 9 února 1995 o regulaci reklamy a o změně a doplnění zákona č. 468/1991 Sb. o provozování rozhlasového a televizního vysílání ve znění pozdějších předpisů (dále jen „zákon o provozování rozhlasového a televizního vysílání“).

Poslední pátou kapitolou práce je praktická část, ve které byl proveden výzkum dotazníkovým šetřením. „Na počátku výzkumu byly stanoveny celkem čtyři hypotézy (H1-H4). Pravdivost předpokladů bude pomocí výzkumu potvrzena, případně vyvrácena. Pro zmíněné šetření byla zvolena metoda kvantitativního výzkumu. Samotný způsob sběru dat pomocí dotazníku (viz příloha) umožnil velmi rychle získat data od většího množství respondentů.“² Pro účely dotazníku bylo osloveno padesát respondentů ve věkových skupinách osmnáct až třicet let z okresu Chomutov. Výsledkem zkoumání bylo určení, jaká média jsou preferována a kolik u nich tráví respondenti času. Zda, se dají osoby ovlivnit některým z kriminogenních faktorů medií a pokud ano, do jaké míry jsou jimi ovlivňovány. Zda mají sklony k páčání trestné činnosti při sledování nevhodných pořadů s prvky násilí a brutality nebo jiného nevhodného modelu chování.

V závěru jsou shrnuty poznatky o vlivu médií na osobnost současného člověka a zdůrazňuje jeho limity a omezení. Zhodnocuje, zda mají média spíše negativní či pozitivní vlivy na chování osob.

² PÁNA, L. SOMR, M. *Metodologie a metody výzkumu*. České Budějovice, 2007, s. 14 – 19.

2 Poslání médií v životě společnosti

2.1 Pojem média

Slovo média etymologicky pochází z latinského slova médium, které je překládáno jako nacházející se uprostřed, střední, zprostředkující, tedy něco, co existuje mezi dvěma jevy. V oblasti komunikace se běžně používá pro označení technických prostředků, které přenášejí informace od jednoho subjektu k subjektu druhému. V tomto smyslu média zahrnují tisk, rozhlas, televizi, film, internet a jsou nástrojem masové komunikace (někdy se používá upřesňující název „masová média“). Média v tomto smyslu představují veřejnou formu komunikace, která od jednoho informačního zdroje směřuje k velkému počtu uživatelů. Liší se tím od interpersonální komunikace, komunikace v malých skupinách a organizacích. Příjemci informací jsou rozptýleni na různých místech a zpravidla sami rozhodují, jaké informace chtějí přijmout.

Podle současných teoretiků komunikace nejsou média pouze technické prostředky, ale také účelné sociální systémy, které mají vliv na všechny oblasti společenského dění a hrají důležitou úlohu v uspořádání společnosti. V tom smyslu se zavádí pojem mediální systém, jako jeden se společenských subsystémů, který zahrnuje média jako masové komunikační prostředky, jejich produkty a podniky, které působí v mediálním průmyslu.

Vlivem technického pokroku se na konci 19. století a ve dvacátém století stala masová mediální komunikace hlavním způsobem komunikace, prostřednictvím, které lidé přijímají informace, vzdělávají se a baví. „Nové technické a technologické výdobytky vědy – rozhlas, fotografie, televize, internet, satelitní přenosy informací, mobilní telefony atd. způsobují, radikální nárůst počtu lidí na Zemi, kteří mohou prostřednictvím médií:

- *čerpat informace z různých informačních zdrojů*
- *volit si zábavné programy podle svých přání*
- *vzdělávat se podle vlastního uvážení.*³

Zpravodajské i zábavné produkty médií jsou součástí života miliard lidí na celé zeměkouli a významně ovlivňují jejich život. Zároveň platí, že vedle pozitivního poslání se současná média stala gigantickými propagátory konzumu a jejich prostřednictvím jsou šířeny hodnoty vysloveně negativní. Aktuálním příkladem je propagandistická činnost Islámského státu na internetu.

³ REMIŠOVÁ, A. *Etika médií*. Bratislava: Kalligram, 2010, s. 28.

2.2 Historie komunikace

Potřeba shromažďovat a šířit informace je stejně stará jako lidstvo samo. V dávných dobách, předtím, než existovalo písmo, si lidé vyprávěli příběhy, které se přenášely z generace na generaci. Něco v nich se zakládalo na pravdě, něco si interpreti během času přibásnili, ale právě příběhy stojí na počátku lidské kultury jako svébytného projevu tvora zvaného homo sapiens. Silný příběh se vždy šířil dál a lidé si jeho pomocí vysvětlovali neznámý svět. Zároveň chtěli, aby se neznámý svět podobal světu jejich. Proto si vymysleli antické bohy, sídlící na Olympu, kteří měli vlastnosti a chyby jak božské, tak lidské. Později je nahradil nejkrásnější příběh všech dob. Což je legenda o narození božského dítěte, které spasí svět. Jako všechny příběhy i tento byl předáván ústně v podobě vyprávění. Právě tato legenda patřila mezi první, jež byla zaznamenána do písemné podoby. Tvorba písma byla vždy úzce spjata s náboženstvím. Příkladem nám může vytesání desatera přikázání Mojžíšem do kamene. Později kámen nahradily hliněné destičky. Významnou událostí v historii písma, uchovávání a předávání informací byl objev papyru. Díky své nízké hmotnosti a skladnosti se stal nejvyužívanějším prostředkem k šíření informací. Ve středověku probíhal další proces komunikace v rámci náboženských, politických a vzdělávacích institucích, klášterech a později universitách. V Evropě bylo základním cílem tehdejší „masové komunikace“ šíření křesťanství a církev. Hledala cesty, jak oslovit všechny lidi bez výjimky. Spojení tzv. masové komunikace s náboženstvím a fanatismem se mnohdy může stát velice nebezpečným. Příkladů této ohrožující kombinace nalezneme v historii celou řadu. Od ukřižování Krista po genocidu židovského etnika během druhé světové války.

Mezníkem v historii masové komunikace se stal vynález knihtisku Johannesem Gutenbergem v roce 1440. První tištěnou knihou na světě se stala dvousvazková bible, zvaná také Gutenbergova. V následujících letech se vedle církevní literatury tisknou i různé letáky a pamflety. Oblíbenými se staly tzv. kramářské písne prodávané (a také provozované) na městských jarmarcích. Trvalo dalších dvě stě let, než se objevily první noviny. Vyznačovali se periodicitou, komerční podstatou, mnohostranným využitím a veřejným, tedy otevřeným charakterem. Průlomovým obdobím v dějinách novin se stal rok 1833, kdy v New Yorku začíná Benjamin H. Day vydávat noviny New York Sun. Jde o první noviny, které se zbavily okovů předplatného a začaly se volně prodávat na ulici. Označovaly se proto i jako Šestákové noviny. Po první světové válce se začíná jejich expanze postupně zpomalovat i z důvodu nástupu nových typů médií jako rádio, film a později televize.

Rozhlas se začal vyvíjet koncem 19. století. Průlom nastal v roce 1906, kdy se poprvé podařilo odvysílat krátký hudební a mluvený program ze stanice Brant Rock ve státě Massachusetts. O čtyři roky později byl odvysílán první rozhlasový živý přenos z Metropolitní opery v New Yorku. V Evropě se rozhlasové vysílání začíná zkoušet krátce před první světovou válkou, pravidelné rozhlasové vysílání však započalo až po roce 1918. V roce 1920 odstartovala v Pittsburghu vysílání první stanice na světě KDKA, za dva roky pak vzniká společnost British Broadcastin Company, existující dodnes, v současnosti známá jako BBC. Vysílání se postupně rozšiřuje do dalších zemí. V roce 1923 se vysíláním z Prahy přidává i Československá republika. Rozhlasové vysílání v Československu zajišťoval Radiojournal – československého radiotelefonického zpravodajství, společnost s ručením omezeným. Od roku 1925 se jejím hlavním podílníkem stal stát zastupovaný ministerstvem pošt a telegrafů. Přestože si stát ponechával rozhodující vliv, rozhlasové vysílání bylo předmětem soukromého podnikání.⁴ Po okupaci Československa a vytvoření Protektorátu Čechy a Morava v roce 1939 byl rozhlas podřízen protektorátním úřadům a museli z něj odejít pracovníci židovského původu. V průběhu 2. světové války se vysílalo na české území z Moskvy, Washingtonu a Londýna, kde sídlila československá exilová vláda. Poslech tohoto vysílání v Protektorátu Čechy a Morava byl stíhán vysokými tresty. Po převzetí moci komunisty v roce 1948 byl Československý rozhlas zestátněn. Na příštích 40 let začala média v Československu sloužit ideologické komunistické propagandě.

Historie televizního vysílání se začíná psát v roce 1927, kdy americký inženýr Farnsworth a ruský emigrant Zworkin, nezávisle na sobě, sestrojili elektronku, která sloužila pro přenos i příjem obrazového signálu. V Německu a ve Francii se začíná pravidelně vysílat již od roku 1935, za skutečný začátek televizního vysílání se však považuje až 2. listopad 1936, kdy britská společnost BBC použila obrazový standard elektronické televize. Ačkoliv se rozvoj televizního vysílání nadějně rozběhl, přerušila ho druhá světová válka. Před válkou měli vlastní televizní vysílání Sovětský svaz, USA, Británie, Německo, či Francie. V dalších zemích se začíná televizní vysílání rozšiřovat až po skončení druhé světové války, zejména v 50. letech. V čele technologického rozvoje stály Spojené státy americké: v roce 1954 se zavádí barevné vysílání, 1956 se rozvíjí magnetický záznam obrazu, 1962 začíná fungovat družicový přenos,

⁴ *Vývoj médií od knihtisku po internet*, [online]. Praha: KISK, 2010 [cit. 2016-01-14]. Dostupné z WWW: <<http://mediagram.cz/dejepis/vyvoj-medii-od-knihtisku-po-internet>>.

v 60. a 70. letech se rozvíjí kabelová televize, v roce 1975 začíná fungovat televize na předplatné HBO a v roce 1981 spatřila světlo světa první zpravodajská televize CNN. V tehdejší Československu se začal vysílací televizní systém vytvářet v roce 1953 a vysílání pro veřejnost začalo 1. května ze studia v Praze (prvním veřejným vysíláním bylo krátké vystoupení, ve kterém vystoupil František Filipovský).⁵

V dnešní době je největším fenoménem v předávání informací internet. Konkurence internetu způsobila, že většina českých „papírových i televizních novin“ zároveň zveřejňuje svoje informace na internetu.⁶

Počátky internetu sahají do roku 1969, kdy v USA v rámci armádního výzkumu vznikla síť vzdálených a navzájem volně propojených počítačů ARPANET. Až do poloviny 80. let se internet vyvíjí výlučně na akademické půdě, postupně se však začíná otevírat a je umožněno se na síť tehdejších počítačů připojovat i dalším počítačům působících osob na univerzitách. V roce 1987 bylo na internet připojených 28 tisíc počítačů. Uživatelé začali postupně vyvíjet různé aplikace a software, které komunikaci usnadňovaly. V 80. letech byl ve švýcarském výzkumném centru CERN vymyšlený Hypertext transfer protocol zvaný HTTP a jazyk HTML (Hypertext Markup Language), které umožnily novou a jednodušší komunikaci a vytváření nových webových stránek. Urychlený rozvoj internetu nastává v 90. letech, kdy se internet dostává do povědomí široké veřejnosti. Již v roce 2006 se na internetu nachází deset miliard dokumentů. Internet se stává jednoznačně nejrychleji se rozvíjejícím médiem.

2.3 Média jako nástroj masové komunikace

V historii se o masové komunikaci a masových komunikačních médiích mluví v souvislosti s masovou společností a masovou kulturou.

Podle většiny badatelů se masová společnost začala formovat po první světové válce v USA a v průmyslově vyspělých zemích západní Evropy, později ve střední a východní Evropě. Problémem „mas“ se od konce 90. let 19. století zabývala řada filosofů, mezi nimiž je velmi známý J. Ortega y Gasset. Ve slavné knize „Vzpouřavá“ z roku 1926 popsal „Vstup mas do popředí sociálního života jako triumf hyperdemokracie,“⁷ jejíž hlavní charakteristikou je „průměrná mysl, která si je vědoma

⁵ *Vývoj médií od knihtisku po internet*, [online]. Praha: KISK, 2010 [cit. 2016-01-14]. Dostupné z WWW: <<http://mediagram.cz/dejepis/vyvoj-medii-od-knihtisku-po-internet>>.

⁶ *Vývoj médií od knihtisku po internet*, [online]. Praha: KISK, 2010 [cit. 2016-01-14]. Dostupné z WWW: <<http://mediagram.cz/dejepis/vyvoj-medii-od-knihtisku-po-internet>>.

⁷ ORTEGA Y GASSET, J. *Vzpouřavá*. Praha: Naše vojsko, 1930, s. 98-99.

své průměrnosti, proklamuje práva průměrnosti a prosazuje je, kdekoli chce.“⁸ V současné době je sociální masa předmětem studia kolektivního chování a pojem ztratil pejorativní hodnocení. Zmasovení je chápáno především jako výraz skutečnosti, že spotřební zboží je produkováno ve velkém množství a je přístupné každému. Za hlavní znaky masové společnosti jsou považovány:

- změny ve způsobu výroby (průmyslová velkovýroba, mechanizace, věk elektrotechniky, nukleární energie, kosmického bádání, masových sdělovacích prostředků apod.).
- procesy růstu obyvatelstva (populační exploze, revoluce v osídlování, růst vertikální i horizontální mobility obyvatelstva)
- růst životního standardu širokých mas (masový konzum)
- částečné uskutečnění fundamentální demokracie

Kulturním ekvivalentem masové společnosti je masová kultura. Masová kultura je produkována podle masových norem průmyslové výroby, šířena technikami a prostředky masové komunikace a je určena širokým masám jako obrovskému počtu individuí. Od dřívějších kultur v historii lidstva se liší svým kosmopolitním a globálním charakterem.

Vlastními šířiteli a představiteli masové kultury jsou právě média. Ve vývoji masové kultury byly v minulosti dva významné mezníky a to: rozvoj filmu a rozhlasu ve 20. letech 20. století a rozvoj televize v 50. letech 20. století (o současné etapě rozvoje masové kultury pojednává kapitola č. 3). Na jedné straně byla masová kultura chápána jako projev demokratizace společnosti, na druhé straně (viz. varování Ortegy) jako šířitel hodnot průměrnosti a orientace na oblast spotřeby prostřednictvím reklamy a na oblast zábavy a byla dáván a do protikladu s kulturou elit.

V souvislosti s nástupem masové kultury došlo k ohromnému rozvoji mediálního průmyslu, který se stal velmi výhodným byznysem a zároveň došlo ke komercializaci médií. I když komerční faktory působily v oblasti médií (tisku) již v dobách dřívějších, plné uplatnění našly až s rozvojem rozhlasu, televize a především se vznikem televizních soukromých stanic. J. Jiráček tuto skutečnost analyzuje takto: „*Ekonomicky motivovaná mediální produkce (spolu se vším ostatním, co se orientuje na poskytování zábavy a do masových médií se počítá volněji, tedy spotřební, resp. brakové*

⁸ TUREK, J., OBOROVSKÁ, J. *Malý sociologický slovník*. Praha: Svoboda, 1970, s. 207-208.

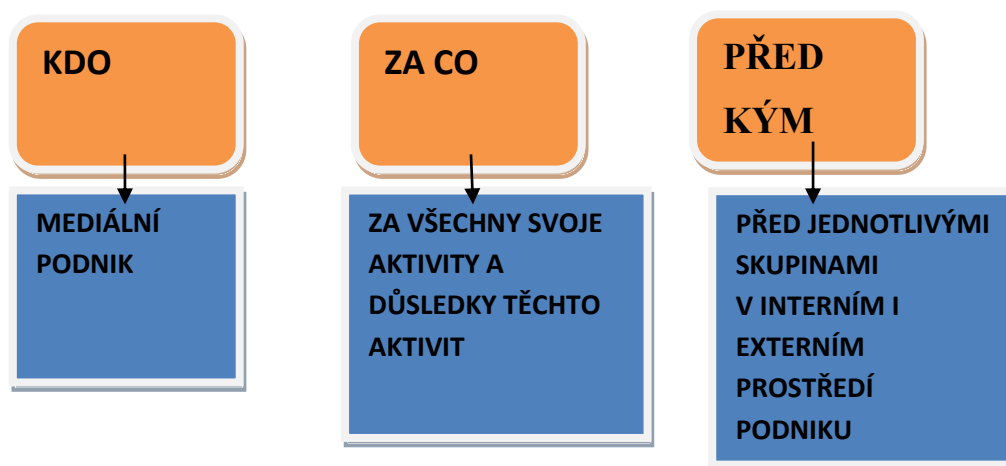
čtení, film, hudební nahrávky zábavní hudby apod.) dosáhla takových rozměrů, že se stala významnou součástí hospodářství jednotlivých států.“⁹

Právě komercializace médií způsobila, že mediální svět ovládají určité skupiny vlastníků, kteří rozhodují o obsahu přenášených informací. Burton a Jiráček však upozorňují na to, že je třeba „rozlišovat mezi tím, co média teoreticky mohou a mezi tím, co ve skutečnosti dělají.“¹⁰ Podle citovaných autorů je médiím často připisována moc, která se nedá přesně prokázat. Přesto připouštějí, že mediální monopoly „mají dost velkou moc a dost síly, aby dokázaly dát svému produktu vlastní charakter, a tak ovlivňovat náš pohled na svět.“¹¹

V evropských zemích jsou protipólem mediálních monopolů veřejnoprávní televize a rozhlas, které jsou hrazeny z poplatků příjemců, nebo ze státního příspěvku, případně jejich kombinací.

Dalším nástrojem, ovlivňování mediálních monopolů je tlak na společenskou zodpovědnost podniků. Koncepce společenské zodpovědnosti podniků vychází z toho, že podnik má znát všechny svoje zájmové skupiny a svoji zodpovědnost vůči nim a dobrovolně se k ní přihlásit.

Obrázek č. 1: Aplikace etického principu zodpovědnosti na mediální podnik¹²



Společenská zodpovědnost mediálních podniků záleží na tom, že média mají závazky ke společnosti, jejich informace by měly být pravdivé, mají být platformou pro konfrontaci myšlenek, měly by být svobodné, ale samoregulovatelné a dodržovat etické kodexy a profesionální zásady.

⁹ JIRÁK, J. *Masová média*. In: MIČIENKA, M., JIRÁK, J., A KOL. *Základy mediální výchovy*. Praha: Portál, 2007, s. 20.

¹⁰ REMIŠOVÁ, A. *Etika médií*. Bratislava: Kalligram, 2010, s. 28.

¹¹ REMIŠOVÁ, A. *Etika médií*. Bratislava: Kalligram, 2010, s. 37.

¹² REMIŠOVÁ, A. *Etika médií* [graf]. Bratislava: Kalligram, 2010, s. 269.

3 Komunikační proces a osobnost

3.1 Pojem osobnost

3.1.1 Faktory determinující osobnost lidského jedince

Člověk není jen pasivním příjemcem informací, ale je svébytnou osobností, která disponuje individuálními postoji, názory a kritérii, které ovlivňují příjem konkrétního sdělení. K rozhodujícím činitelům patří všechny prvky osobnostní struktury, které tvoří dynamický systém, který v průběhu života prochází vlastním vývojem. V odborné literatuře existují desítky definic pojmu osobnost. Pro potřeby analýzy vztahu osobnosti a médií se jeví jako vhodná definice Gordona Allporta, podle které je osobnost „*dynamická organizace psychofyzických systémů uvnitř individua, která determinuje jeho jednání přizpůsobené k jeho prostředí.*“¹³ Současná psychologie považuje za hlavní témata studia osobnosti temperament, osobnostní rysy, inteligenci, sebepojetí, motivaci a vývoj osobnosti.

Temperament

Temperament je odrazem vztahu mezi osobnostními vlastnostmi člověka a jeho biologickou výbavou. V psychologické praxi se dodnes používá rozdělení osobností podle temperamentu na sangviniky, choleriky, flegmatiky a melancholiky, které vytvořil řecký lékař Hippokrates (460-377 před n. l.). Dávno byl překonán názor, že toto dělení je způsobeno převahou určité krevní tekutiny v organismu, ale typologie lidí podle individuálních projevů chování zůstává v platnosti.

Rysy osobnosti

Rysy osobnosti se nazývají opakující se konzistentní vzorce chování. Jedná se o psychické vlastnosti a dispozice (vrozené nebo získané), které vysvětlují určité chování, jednání, výpověď, čin nebo prožitek osobnosti. Široce používaný je pětifaktorový model popisu osobnosti, jehož autorem je Goldberg a který je znám pod názvem „Big Five“ (Velká pětka). Goldberg na nejvyšší úrovni abstrakce popsal pět dimenzí osobností s tím, že každá dimenze obsahuje další specifické charakteristiky. Vychází z hypotézy, že nejpodstatnější individuální rozdíly jsou uchovány v jazyce a pro jejich zachycení se používá metoda lexikální analýzy. Podrobnější popis metody je nad rámec této práce. V rámci zmiňovaných pěti dimenzí jsou uváděny charakteristiky: extroverze, emocionální stabilita, přívětivost, svědomitost, intelekt

¹³ BLATNÝ, M. *100 let výzkumu osobnosti v psychologii*. In: BLATNÝ, M. A KOL. *Psychologie osobnosti. Hlavní témata, současné přístupy*. Praha: GRADA, 2010, s. 12.

(imaginace, kultura). Dosavadní výzkumy potvrdily různé dispozice u různých národů. Bylo zaznamenáno, že starší lidé jsou ve srovnání s mladšími přívětivější, svědomitější, avšak méně extravertní, neurotičtí a méně otevření novým zkušenostem. Napříč kulturami byla u mužů zaznamenána nižší forma neurotismu a nižší míra přívětivosti ve srovnání se ženami.

Intelligence

Podle výzkumu amerického psychologa Roberta J. Stenberga jsou obecně inteligentním lidem přisuzovány schopnosti:

- *Praktická schopnost řešit problémy, jejíž součástí je logické a přesné myšlení, schopnost nacházet souvislosti mezi myšlenkami a vidět problém z různých hledisek.*
- *Verbální schopnosti, k nimž patří pohotové vyjadřování, bohatá slovní zásoba, schopnost číst s hlubokým porozuměním aj.*
- *Sociální kompetence, jejíž podstatou je tolerantní akceptování druhých lidí, schopnost připouštět své vlastní omyly a zájem o dění ve světě.¹⁴*

V definicích psychologů je zdůrazňováno, že inteligenci lze definovat jako schopnost učit se ze zkušenosti, schopnost rozumět svým vlastním myšlenkovým procesům, schopnost řídit, schopnost přizpůsobovat se svému prostředí. Za důležitou složku inteligence je rovněž považováno tvořivé myšlení a kreativita.

Sebepojetí

V určitém zjednodušení lze pojem „sebepojetí“ vysvětlit jako vztah jedince k vlastnímu „Já“. Současná psychologie zdůrazňuje, že sebepojetí není globální, celistvá představa sebe, konzistentní v čase a za všech situací. Naopak je zdůrazňována jeho multifacetová, hierarchicky uspořádaná struktura a dynamika fungování v závislosti jak na tzv. Já-motivech, tak na situačním kontextu.¹⁵ Sebepojetí se vytváří v procesu socializace člověka, v průběhu věku se mění a pro různé věkové skupiny jsou významné kategorie sebepopisu odlišné. Jedním z nejdůležitějších aspektů sebehodnocení je jeho pozitivita či negativita, přičemž se ukazuje jako problematické jak nízké sebehodnocení, tak nepřiměřeně vysoké sebehodnocení. Důležitou složkou sebehodnocení je vnímání osobní pohody. Výzkumy zjistily, že šťastní lidé si vybavují více pozitivních životních

¹⁴ PLHÁKOVÁ, A. *Intelligence*. In: BLATNÝ, M. A KOL. *Psychologie osobnosti. Hlavní témata, současné přístupy*. Praha: GRADA, 2010, s. 71.

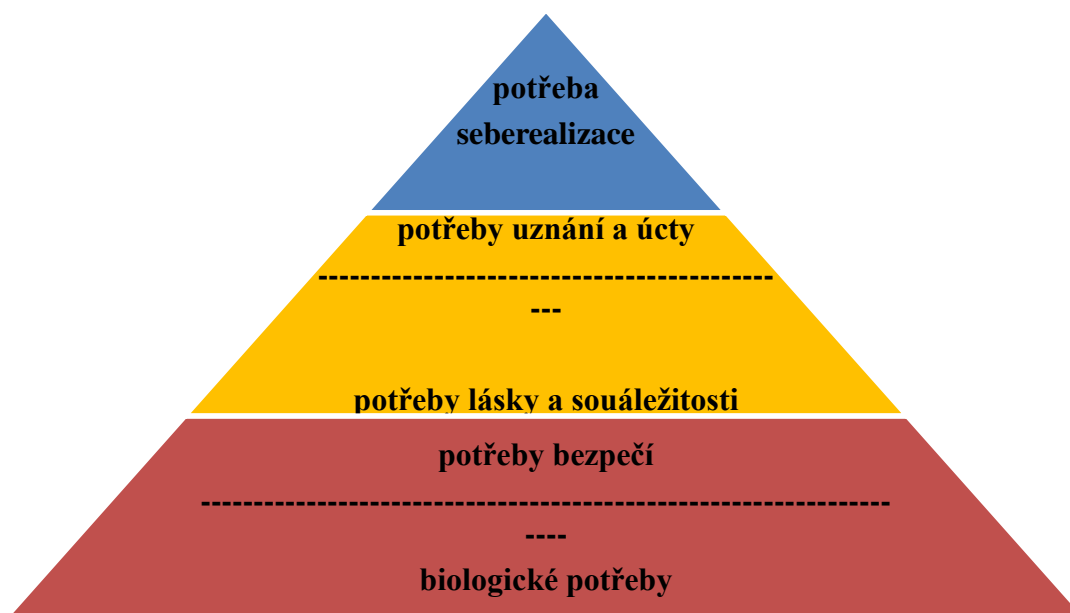
¹⁵ BLATNÝ, M. *Sebepojetí z pohledu sociálně – kognitivní psychologie*. In: BLATNÝ, M. A KOL. *Psychologie osobnosti. Hlavní témata, současné přístupy*. Praha: GRADA, 2010, s. 111.

událostí než lidé nešťastní a liší se i v míře pozitivní interpretace událostí vůbec. Zároveň bylo ověřeno, že pocit subjektivní pohody jen omezeně závisí na objektivních podmínkách a vnějších událostech, v nichž se lidé nacházejí, ale souvisí s pozitivní nebo negativní afektivitou lidského jedince. Se sebepojetím souvisí lidská identita, jako představa člověka o vlastním zakotvení ve společnosti.

Motivace

V nejobecnějším smyslu je motivace interní proces, který reguluje lidské chování tak, aby směřovalo k určitému, předem určenému cíli. Psychologie rozlišuje motivy implicitní, které nejsou dostupné lidské sebereflexi a motivy explicitní, které člověk dokáže popsat a jsou preferovanou volbou konkrétních cílů. V současné době se v psychologii motivace používá Maslowův hierarchický model potřeb, obdoba Velké pětky tzv. Velká trojka psychosociálních implicitních motivů, a případně některý model základních emocí.

Obrázek č. 2: Maslovova pyramida potřeb.¹⁶



¹⁶ VYSEKALOVÁ, J., KOMÁRKOVÁ, R. Psychologie reklamy [graf]. Praha: GRADA, 2000, s. 90.

Psychosociální implicitní motivy

K psychosociálním implicitním motivům se řadí: motiv výkonu, motiv afilace a intimity a motiv moci. Motiv výkonu zaměřuje osobnost k usilování o úspěch v určitém soupeření, nebo v překonání vlastních standardů a dosažení něčeho jedinečného, nebo je dlouhodobým vytrvalým postupem k hodnotnému cíli a zahrnuje jak vyhledávání pozitivního, tak vyhýbání se negativnímu. Motiv afilace představuje lidskou potřebu vytvářet přátelství a spojenectví. Motivací je zájem o ustavení, udržování a obnovu pozitivního emočního vztahu k určité osobě nebo skupině osob. Zahrnuje v sobě jak naději na přijetí, tak strach z odmítnutí. Projevuje se i ve snaze vytvářet určitou společnost s dosud neznámými lidmi. Motiv intimity vyjadřuje potřebu být s druhými. Týká se blízkých lidí a roli v něm hrají vzájemnost, harmonie, péče o druhé. Motiv moci zahrnuje celou řadu motivů, projevujících se v situacích, kdy jedinec chce cítit vlastní sílu, nebo ovlivňovat druhé. Projevy moci jsou v různých sociokulturních prostředích vnímány odlišně a nemusejí se vždy otevřeně manifestovat. V západní kultuře moc často zahrnuje asertivní prosazování a agresivní ovlivňování a liší se u mužů a u žen. Mc. Clelland popisuje čtyři vývojová stadia orientace na moc: přijímání moci, autonomie, asertivní prosazování, generativita¹⁷ Motiv moci získává člověk zřejmě v dětství, kdy jej rodiče usměrňovali při realizaci sexuálních a agresivních popudů.

Explicitní motivy

Explicitní motivy jsou motivy, jimiž člověk vysvětluje svoje vlastní chování. Psychologie proto zavedla pojem motivační struktura, která zahrnuje jak cíle, tak úsilí o ně. Obecně platí, že:

- *cíle hrají klíčovou organizující a řídicí roli v našem chování;*
- *v zásadě existují cíle povahy přiblížení se či vyhnutí se (approach versus avoidance);*
- *cíle mají ohromný vliv na průběh našich emočních a kognitivních procesů,*
- *reprezentace cíle je přítomna i tehdy, když není realizováno nějaké konkrétní chování směrem k cíli.¹⁸*

¹⁷ STUHLÍKOVÁ, I. *Motivace a osobnost*. In: BLATNÝ, M. A KOL. *Psychologie osobnosti. Hlavní témata, současné přístupy*. Praha: GRADA, 2010, s. 148.

¹⁸ STUHLÍKOVÁ, I. *Motivace a osobnost*. In: BLATNÝ, M. A KOL. *Psychologie osobnosti. Hlavní témata, současné přístupy*. Praha: GRADA, 2010, s. 151.

V současné době se často hovoří o tzv. kompetenční motivaci, přičemž pojem kompetence nahrazuje pojem výkon. Kompetence je vymezována jako míra efektivnosti, způsobilosti, dostatečnosti činnosti či úspěch v činnosti a předpokládá se, že existuje vrozená potřeba „kompetenčnosti“.

3.1.2 Vývojová stádia osobnosti lidského jedince

Každá osobnost prochází složitým celoživotním vývojem od narození po smrt. Vývoj ovšem neznamená jen růst pozitivních psychických vlastností, ale také jejich úbytek a ztrátu. V oblasti vývojové psychologie existuje celá řada teorií psychosociálního vývoje, po dlouhou dobu byla nejoblíbenější psychoanalytická teorie Sigmunda Freuda. Pro potřeby této práce zvolil autor epigenetické pojetí vývoje, popsané v teorii psychosociálního vývoje Erika H. Eriksona. Erikson vývoj rozdělil do 8 vývojových stádií s tím, že v každém vývojovém stadiu existují protikladné tendence, jejichž střetávání je zdrojem růstu jedince. Zároveň stanovil určitá kritická období. Z hlediska vlivu médií se práce nezabývá prvními dvěma obdobími (období novorozence a období batolete) i když i tady mohou média působit zprostředkovaně přes rodiče. Naproti tomu, již od předškolního období podléhá dítě vlivu médií, kterým se bude práce zabývat v této kapitole stejně jako obdobími následujícími a to: školním obdobím, adolescencí, mladou dospělostí, dospělostí a stářím.¹⁹

Předškolní období

V předškolním období je pro dítě nejdůležitější činností hra a pohyb. Iniciativa se váže ke každému činu, ke každé aktivitě, kterou dítě dělá. V tomto období se u dítěte rozvíjí svědomí, což nese pocity jako je svědomitost, poslušnost, empatie atd. Pokud se rodiče snaží až příliš regulovat dětské chování, mohou se u něj rozvinout pocity viny, které je mohou provázet po celý život.

Školní období

Ve školním období získává dítě základy rozdílných schopností. Učí se zacházet s předměty a získává vědomosti. Klíčovým je pocit kompetence. Dítě srovnává svoje znalosti s ostatními spolužáky a rizikem je pocit nedostatečnosti znalostí. V tomto věku začíná dítě vnímat rasové a sociální rozdíly. Stále více se zaměřuje na vnější svět, zejména na skupiny vrstevníků.

¹⁹ Erik H. ERIKSON, *Životní cyklus rozšířený a dokončený*. Praha: PORTÁL, 2015, s. 62.

Adolescence

Toto období je podle Eriksona rozhodující pro rozvoj identity. Člověk si vytváří vlastní systém hodnot, který je obvykle v hlavních bodech ovlivněn sociálním prostředím a kulturou. Nebezpečím je nadměrná identita se skupinou vrstevníků, která může u člověka vést ke ztrátě identity vlastní. V tomto období jedinec ještě nemusí dělat životně důležitá rozhodnutí, ale má k tomu již prostředky (kognitivní, emocionální, sociální atd.). V tomto stádiu je častý ideologický pohled na společnost. Z hlediska vlivu médií je toto období nejkritičtější, jak bude analyzováno v další části práce.

Mladá dospělost

V mladé dospělosti jsou pro člověka mimořádně důležité partnerské vztahy, důraz je kladen zejména na lásku. Nebezpečím je v tomto období neschopnost vytvořit si intimní vztahy, která vede k izolaci a vyhýbání se mezilidským kontaktům.

Dospělost

V dospělosti dochází k předávání zkušeností dalším generacím. Důležitá je péče o děti a zlepšování kvality života dětí. Erikson pro toto období zavedl pojem generativa, který zahrnuje plodnost, produktivitu a kreativitu. Pokud je člověk příliš zaměřený na vlastní potřeby, na vlastní zájmy a nevěnuje péči nové generaci, dochází k stagnaci jeho vývoje.

Stáří

V posledním životním období dochází k integraci všech zkušeností a událostí z předešlých období. Integrace ega vede ke spokojenosti, nedostatek integrace ega k pocitu nenaplněnosti a zoufalství.²⁰

Obdobně dělí vývojová období další autoři. Z hlediska tématu práce je podstatné, že v každém vývojovém období je vliv médií na člověka různý a různé jsou i situace, kdy mohou média člověka ovlivňovat negativně, jak bude popsáno v dalším textu.²¹

²⁰ MILLOVÁ, K. *Teorie celoživotního vývoje*. In: BLATNÝ, M. A KOL. *Psychologie osobnosti*. Hlavní témata, současné přístupy. Praha: GRADA, 2010, s. 172.

²¹ Erik H. ERIKSON, *Životní cyklus rozšířený a dokončený*. Praha: PORTÁL, 2015, s. 102.

3.2. Rizika vlivu médií v jednotlivých etapách lidského vývoje

Předškolní věk

Nejčastějším komunikačním médiem, se kterým se dítě setká v předškolním věku, je televize. O tom, jaké pořady budou děti sledovat, rozhodují především rodiče (večerníčky, pohádky, dětské pořady, snímky z přírody). Doporučuje se, aby děti předškolního věku netrávily před obrazovkou příliš času, maximálně pět hodin týdně.²² Sledování televize by v žádném případě nemělo nahradit vyprávění či četbu pohádek a o pořadech, které zhlédnou, by měly děti s rodiči mluvit. Pokud je sledování televizního pořadu či videa součástí programu v mateřské škole, vždy by mělo následovat jeho další využití, např. v rámci dramatické výchovy. Negativním jevem je, že v současnosti se vyskytuje násilí; rvačky, nadávky, výprasky, honičky, výhružky atd. Dětské psychologové upozorňují na to, že láká k napodobení, což může vést až k ubližování jiným dětem. „Ale i když to přímo nenapodobují, oslabuje to jejich schopnost soucitu a probouzí v nich nebezpečné zalíbení v krutosti, případně v destruktivitě, v ničení věcí. U jiných dětí může sledování násilných pořadů vést k bázlivosti, k přílišnému strachu z násilí, k zbabělému chování.“²³

Školní věk

U současných dětí je vedle televize nejoblíbenějším médiem internet. Bohužel děti stále méně čtou knihy. Sledování televize je pro ně pohodlnější dítě nemusí namáhat s domýšlením příběhu a zapojovat představivost při vizualizaci postav a prostředí. Příběhy se mohou podobat realitě a děti je mohou vnímat jako skutečné události. Výzkumy bylo zjištěno, že nejvíce ovlivnitelné jsou děti ve věku kolem 9 let. Děti v tomto věku již dokázaly pochopit obsah v televizi, ale zároveň ještě nejsou tak intelektuálně vyspělé, aby byly k televiznímu programu dostatečně kritické. Velkou roli hrají sympatie k televizním postavám, do kterých se děti mají tendenci vžívat. Dítě v těchto letech ještě nedokáže rozlišovat mezi fikcí a skutečností. Sledováním televize dítě podvědomě přijímá určité vzory chování a televizní programy jsou pro něj významným činitelem socializace. Při volbě obsahu má velký vliv role konformity a identifikace s cílovou skupinou jedince, kdy se nejčastěji se jedná o vrstevníky. Jedinec sledující stejný pořad, který sledují i jeho vrstevníci, mu dává pocity, že sdílí

²² ŘÍČAN, P., PITHARTOVÁ, D. *Krotíme obrazovku. Jak vést děti k rozumnému užívání médií*. Praha. Portál, 1995, s. 42.

²³ ŘÍČAN, P., PITHARTOVÁ, D. *Krotíme obrazovku. Jak vést děti k rozumnému užívání médií*. Praha. Portál, 1995, s. 19.

společné příběhy a nejsou izolováni od svého okolí. Děti se nejčastěji dokážou identifikovat s postavou, která mu připomíná sebe sama. Tímto se může s rolí identifikovat a prostřednictvím příběhů se dále rozvíjet. Dále si vytváří svůj ideál, s nímž se identifikuje a je možné dosáhnout něčeho, co není v jeho životě dostupné. Kritická situace nastává, když se dítě identifikuje se zápornou postavou, která je pro své vzory chování leckdy lákavá a jejím prostřednictvím dítě může prožívat to, co je zakázané. Nebezpečí hrozí, pokud si dítě přebere takové vzory chování i do reálného života. Jedná se hlavně o problematiku násilí a všeobecně agresivní chování. Pořady obsahující násilí nejvíce ovlivňují děti do 12 roku, kdy děti ještě nedokážou rozlišovat mezi realitou a symbolikou. Stejně jako pro děti předškolního věku je pro školní děti největším nebezpečím mediální násilí a je na rodičích, aby kontrolovaly pořady, které děti sledují.

Vedle televize je dalším médiem, jehož vlivu podléhají již školní děti, internet. Zatímco v oblasti vzdělávání má nespornou pozitivní funkci, v oblasti trávení volného času je určitým rizikem. Sporná je jak otázka hraní agresivních počítačových her, tak přístup k nejrozumnějším nevhodným obsahům včetně pornografie a v neposlední řadě nový jev tzv. kyberšikana, kterou autor podrobněji rozebere v souvislosti s adolescenty. V neposlední řadě je aktuálním nebezpečím okolnost, že děti tráví u počítače stále více času na úkor sportu a přímých kontaktů s vrstevníky což je důsledkem, že jim chybí základní zkušenosti v utváření mezilidských vztahů a jejich socializace. Takový jedinec se naopak cítí nepohodlně ve skupině vrstevníků. Takové nepohodlí může vygradovat až v neúměrné výbuchy agrese a asociálního chování.

Adolescence

V životě většiny dnešních adolescentů je nedílnou součástí života „život online“. Informační a komunikační technologie (internet, tablety mobilní telefony) jim přinášejí následující výhody:

- *umožňují komunikovat s lidmi z celého světa;*
- *přinášejí snadnější a pravidelnější spojení s rodinou a vrstevníky- následkem pak může být větší pocit bezpečí a propojení s ostatními;*
- *představují příležitost pro dospívající, kteří mají problémy navázat přátelství ve světě offline, neboť ve světě online může být jednodušší získat sociální kontakt;*

- díky dostupnému bezdrátovému internetu (WiFi) včetně internetu v mobilních telefonech se rychle šíří informace a znalosti z různých oblastí, které by jinak bylo obtížné získat.

V životě adolescentů mají velký význam vrstevnické vztahy a především to, aby v nich obstáli. V současné době přímý kontakt stále více nahrazují diskuse na internetu, chat, Facebook. Na internetu se mladí lidé prezentují tak jak se sami hodnotí, nebo tak, jací by si přáli být. Internet také pomáhá navazovat a udržovat sociální kontakty. Díky tomu poskytuje online svět možnost dosáhnout lepší sociální pozice a pocitu vlastní hodnoty – atributy tolik potřebné právě v tomto vývojovém období.²⁴ Vzhledem k potřebě prozkoumávat a experimentovat jsou dospívající nejvíce ohroženou skupinou na internetu, protože mohou vyhledávat společensky a zdravotně nebezpečné informace a prostřednictvím internetu se identifikovat s nebezpečnými lidmi a komunitami. Online svět jim umožňuje svobodný prostor k experimentování s agresí a různými identitami a ztrátu zábran v komunikaci, která by v reálném světě nebyla možná. Ztráta zábran se potom projevuje ve dvou směrech:

- neškodná (benign), která umožňuje lepší poznání sebe samého, kdy se člověk projevuje, tak jak by chtěl, ale v reálném světě se toho neodváží; v rámci komunikace se lidé k sobě chovají pozitivněji než v reálném životě, podporují se a vyjadřují si pochopení;
- nepříjemná, otravná (toxik), která zahrnuje agresí, hrubou kritiku, výhrůžky a podobně, (Suler).²⁵

Ve druhém případě mluvíme o tzv. kyberšikaně, kterou mohou adolescenti nejen provozovat, ale také a to je nejnebezpečnější, být její obětí. Ze strany rodičů je nutno sledovat, aby se děti nestaly její obětí a včas dostaly informace, že na její řešení nejsou sami, ale musejí požádat o pomoc (včetně obrácení se na policii). Jedním z nejčastějších důvodů pro kyberšikanu je odplata. Oběť tradiční šikany v reálném životě se mstí agresorovi a chce zůstat anonymní. Častým zdůvodněním je, že si to dotyčný zasloužil. Někdy je též zdůvodňována tím, že šlo o žert.

²⁴ ČERNÁ, A. *Kyberšikana- nový typ agrese u dětí a dospívajících*. In: *Kyberšikana. Průvodce novým fenoménem*. Praha: GRADA, 2013, s. 15.

²⁵ ČERNÁ, A. *Kyberšikana- nový typ agrese u dětí a dospívajících*. In: *Kyberšikana. Průvodce novým fenoménem*. Praha: GRADA, 2013, s. 15.

Internet je kybernetický prostor, který umožňuje zveřejňování téměř jakéhokoli nevhodného obsahu, ať už se jedná o násilí nebo pornografii. Nutné je brát zřetel na to, že na uveřejňování obdobného materiálu se mnohdy podílejí právě dospívající osoby. Za pomoci nejrůznějších sociálních sítí uveřejňují nevhodné fotografie, ať už sebe samotných nebo svých přátel. Sdílejí odkazy na stránky prezentující násilné chování a vyjadřují jejich souhlas s takovým jednáním tzv. lajkování. Mnohdy se s násilníkem ztotožní natolik, že chtějí jeho chování napodobit. Právě tento okamžik je tím kritickým bodem, kdy se může dotyčný dopustit jednání, jež je v rozporu se zákonem.

Méně zákeřným, ale reálným nebezpečím je, že adolescent žije na internetu a ztrácí reálné kontakty s vrstevníky. Zatímco na Facebooku má stovky přátel, v reálném životě zůstává sám.

Mladá dospělost

Období mladé dospělosti je obdobím, kdy by lidé měli navazovat intimní partnerské vztahy a na jeho konci založit rodinu. Skutečností je, že u části z nich nadále převládá „život online“ typický pro období adolescence a u části z nich se setkáváme s problémy v oblasti hledání vlastní identity a v případě že se neidentifikuje s majoritní společností, může prostřednictvím internetu podlehnout vlivům nebezpečné propagandy, využívajících agresivních propagandistických nástrojů masové komunikace. Odstrašujícím příkladem z poslední doby je získávání dobrovolníků z řad evropských muslimů pro boj za Islámský stát. Silným nástrojem manipulace ze strany masových komunikačních prostředků jsou vzory, které představují žádoucí životní styl, názory, mínění, postoje a hodnoty. Média vytvořila kategorii „V. I. P.“, která je vzorem chování a myšlení současného člověka, přičemž touto osobností je každý, komu média věnují pozornost. Na televizních obrazovkách se prezentují jako V. I. P. herci, modelky, sportovci, tedy osobnosti úspěšné podle kritérií konzumní společnosti.

Dospělost

Z hlediska vlivu médií na většinovou společnost se ukázalo, že účinnější jsou na osobnosti méně vzdělané méně kultivované, úspěšné podle kritérií konzumní společnosti, s ne příliš vysokým IQ, se stylem života, který trvale generuje události a chování produkujících tradiční morálku a sytících bulvární potřeby médií a lidí. Takové osobnosti oslovují většinu lidí, protože jsou jim blízké, nestaví před ně vysoké

nároky a náročná kritéria, naopak jsou jedněmi z nich, a mediální konzument dokonce může srovnávat a říkat si, že je lepší, chytřejší.²⁶

Mediální propaganda rozhodujícím způsobem ovlivňuje oblast politiky a politické kampaně jsou především marketingovou záležitostí. Nedílnou součástí společenského života je propagace a cílem většiny komunikačních kampaní je ovlivnit chování a jednání lidí. Samostatné místo v tomto ohledu zaujímá reklama. Při zmínce o psychologii reklamy myslí řada lidí nejprve na „tajné svůdce“ (titul klasika kritiky propagace Packarda z r. 1977). Jedná se o představu, že reklama využívá psychologických metod, jimiž působí na zákaznické podvědomí a nutí je k jednání (nákupnímu chování), které by při vědomé kontrole neuskutečnili. Ovlivňování spotřebitelů prostřednictvím reklamy má řadu omezení. Je však zřejmé, že za pomoci mediálních prostředků lze alespoň částečně ovlivnit chování jedince.

Skutečností je, že řada dospělých tráví před obrazovkou televizoru či počítače značnou část volného času a to na úkor dětí, rodiny, přátel. Ubývá aktivní rekreace, turistiky, sportu, návštěv kulturních a sportovních akcí. Vzniká nebezpečí náhradního virtuálního života, který je mimo tento svět. „*Člověk má naplno žít svůj osobní příběh a příběh své rodiny. Před obrazovkou ztrácí sám sebe v tisících příběhů, které se mu zdají být zajímavější, šťastnější, správnější a nakonec i skutečnější než ten jeho vlastní.*“²⁷ Díky ztrátě kontaktu s realitou je jednotlivec schopen jednat v určitých situacích mnohdy nestandardně a impulsivně. Příkladem jsou nejružnější výbuchy agrese za použití hrubého násilí vůči majetku, zdraví či životu jiné osoby.

Stáří

V důsledku většího množství volného času tráví senioři jeho značnou část před televizní obrazovkou a dnes roste počet seniorů, kteří používají internet. Negativní důsledky pasivního sledování televize jsou společné všem věkovým skupinám dospělých, navíc se snadněji mohou stát předmětem manipulace, zejména v oblasti reklamy. Podle neověřených informací sdělovacích prostředků roste počet seniorů, kteří používají internet. Výhodou pro ně je, že i přes určitá věková, zdravotní omezení a materiální omezení získávají možnosti prostřednictvím informace ze všech koutů světa a ze všech oblastí společenského života. Senioři jak vzdělávacích, tak sociálních

²⁶ SAK, P. *Komputerizace společnosti*. In: SAK, P. a kolektiv. *Člověk a vzdělání v informační společnosti*. Praha, Portál, 2007, s. 81.

²⁷ ŘÍČAN, P., PITHARTOVÁ, D. *Krotíme obrazovku. Jak vést děti k rozumnému užívání médií*. Praha. Portál, 1995, s. 28.

funkcí internetu, včetně e-learningového učení. Prostřednictvím chatu mohou být v kontaktu s rodinnými příslušníky a s přáteli. Na sociálních sítích mohou diskutovat o svých zájmech, vyměňovat si zkušenosti a získávat nové přátele. Přes všechny klady, které internet seniorům umožňuje, je pro ně zároveň nebezpečný. Senioři patří mezi skupinu obyvatel, jež jsou snadno ovlivnitelní. Těchto charakterových rysů často využívají organizované skupiny a za pomoci klamavé reklamy nebo podvodných soutěží zjišťují osobní informace ať už o nich samotných tak i o členech jejich rodiny. Takto získané informace pak využívají sami nebo je neoprávněně poskytují třetím osobám.

U seniorů taktéž hrozí nebezpečí určité sociální izolace a života ve virtuálním světě, který nemá se skutečným životem nic společného.

Vliv médií na lidský život je samozřejmě daleko složitější a v rámci uvedeného přehledu byly popsány pouze některé jeho aspekty. Ukazuje se, že média ovlivňují život všech věkových skupin, počínaje předškolními dětmi a konče seniory. Odborníci se shodují, že nejnebezpečnější je jich vliv v období adolescence a následně v období mladé dospělosti.

Tlak na společenskou zodpovědnost mediálních podniků byl již zmiňován, ale je nutno připomenout, že tato nelze vynutit administrativními příkazy státu, ale musí být v zájmu vlastníků a provozovatelů médií a hlavním nástrojem při jejím uplatňování musí být samokontrola a samoregulace.

4. Kriminogenní faktory

4.1. Pojem media jako kriminogenní faktor

Jako kriminogenní faktory označujeme obecně rizikové činitele – jak příčiny, tak podmínky, tak záměry, pohnutky, motivace – tedy všechny jevy (ve všech oblastech: biologické, psychologické, sociální, ekonomické, kulturní), které vyvolávají, usnadňují nebo podporují páchaní trestných činů.²⁸

V reálném životě platí, že zvýšení frekvence chování mající charakter trestného činu je způsobeno tím, že je často prezentováno v médiích. Potencionální pachatelé trestného činu mohou být nabuzeni prezentováním násilí, eventuálně se díky médiím mohou lépe obeznámit s postupy policistů při jejich vyšetřování a nalézt zde inspiraci pro provedení „bezchybného trestného činu“. „Občan totiž někdy dostává ze sdělovacích prostředků přesné návody na trestnou činnost, jsou zveřejňovány „chyby“ pachatele, které přispěly k jeho usvědčení.“²⁹ Nadměrné sledování medií u jednotlivých lidí má za následek vedle strachu z viktimizace také efekty explicitního a implicitního napodobování trestné činnosti. Naproti tomuto tvrzení stojí názor akademika a spisovatele McQuail, který poukazuje na nepřímou důkazů v tomto směru. „*Součástí sbírky teoretických argumentů je například tvrzení, že média idealizují zločinecký životní styl, ukazují výhody zločinu a přinášejí návod na zločinné jednání. Přes to všechno však mediální sdělení všeobecně vyznívají v tom smyslu, že zločin se nevyplácí a že zločinci nejsou příjemní lidé.*“³⁰

Mimo napodobování trestné činnosti a násilí z obrazovky zde také vyvstává otázka emocionální otupělosti vůči prezentovanému násilí a empatií vůči obětem. V mnoha výzkumech se hovoří o ztrátě citlivosti vůči utrpení a indifferenci k obětem. Pokud je osobě často prezentováno násilí dojde u ní k tzv. desenzibilaci. Reakce na podněty, které by jinak budily emoce, jsou minimální. Tento stav by se dal přirovnat k užívání návykových látek – kdy narkoman potřebuje zvyšování dávky, aby se u něj dostavil stejný pocit uspokojení.³¹

²⁸ ZOUBKOVÁ, I. – MOULISOVÁ, M. *Kriminologie a prevence kriminality*. Praha: Trivis, 2004, s. 14.

²⁹ VESECKÁ, R. – CHROMÝ, J. *Kriminalita, veřejnost a média*. Praha: Linde, 2009, s. 18.

³⁰ McQUAIL, D. Úvod do teorie masové komunikace. 4. rozšířené a přepracované vydání. Překlad Hana Antonínová. Praha: Portál, 2009, s. 499.

³¹ ČÍRTKOVÁ, L. *Násilí a sex v médiích*. Psychologie dnes. 2004, roč. 10, č. 5, s. 22-23.

Dalším vlivem médií na veřejnost je schopnost vyvolat v jednotlivých intervalech obavy a strach ze zločinnosti a následné potřebě po represivních opatřeních k zabránění zvyšování kriminality. U některých jedinců má také za následek skepsi k určitým sociálním skupinám, nedůvěru k efektivnosti práce orgánů činných v trestním řízení a přehnané utrácení finančních prostředků za bezpečnostní prostředky jako jsou např. zbraně, kamerové systémy, alarmy a jiné. Čím víc sleduje daný jedinec média, o to víc je ovlivněn jeho pohled na sociální realitu.

Podle výzkumu kultivační teorie byla předmětem zájmu četnost mediálního zobrazování zločinů a násilí, která povede k tomu, že lidé přeceňují nebezpečí viktimizace, než které jim skutečně hrozí.³²

Výzkumy dokazují, zda se určitý jedinec nechá mediálním násilím ovlivnit a do jaké míry záleží na mnoha faktorech. Jimiž jsou pohlaví a věk percipientů, přičemž platí, že mediální násilí má větší vliv na muže než na ženy a také na mladší osoby než na dospělé.³³ Příkladem spáchání trestného činu, jež byl ovlivněn médii, je popis případu úkladné vraždy s notnou dávkou cynismu a otrlosti, kterou spáchal nezletilý syn na vlastním otci. Ondřej B.: „...no já měl takový nápad dost jako z televize, já dost často sleduji televizi, znám filmy, seriály, třeba *Na plyn*, nebo akční filmy. Já už jsem za svůj život viděl hodně moc těch filmů. Prostě jsem to chtěl tak nějak udělat, jako třeba v těch filmech, že bych to naličil.“³⁴

Typy účinků informací z médií lze dělit z časového hlediska na účinky krátkodobé (příkladem může být zvýšení krevního tlaku a tepu při sledování erotického materiálu), nebo dlouhodobé (ve formě konstantnějších změn stanovisek). McQuail k této dvojici účinků přiřazuje další dva typy: plánovaných a neplánovaných účinků.³⁵ Dále je možné účinky rozdělit na přímé (je vyvoláván přímo podnětem z médií) a nepřímé (je zprostředkován někým třetím). Mimo více zmíněné lze podle povahy

³² McQUAIL, D. *Úvod do teorie masové komunikace*. 4. rozšířené a přepracované vydání. Překlad Hana Antonínová. Praha: Portál, 2009, s. 513.

³³ ČÍRTKOVÁ, L. *Násilí a sex v médiích*. Psychologie dnes. 2004, roč. 10, č. 5, s. s. 23.

³⁴ MATOUŠEK, V., PTÁČEK, O. *Úkladná vražda spáchaná nezletilcem*. Kriminologický sborník \\CF3\\, 2003, roč. 47, č. 1, s. 9 – 13.

³⁵ McQUAIL, Denis. *Úvod do teorie masové komunikace*. 4. rozšířené a přepracované vydání. Překlad Hana Antonínová. Praha: Portál, 2009, s. 480–483.

rozdělit účinky médií na ty, které jsou zaměřeny na konkrétní osobu a na ty, jež se zaměřují na celou společnost.³⁶

4.2. Legislativa

Media jako kriminogenní faktor jsou velice nebezpečná, jelikož jejich prostřednictvím se lze zaměřit jak vůči jednotlivci, tak i vůči milionům občanům. V rámci legislativy se jedná o velice problematický jev, vzhledem k tomu, že medii a mediálním právem se nezabývá žádné samostatné právní odvětví. Zasahuje napříč jednotlivými právními předpisy počínaje Ústavou České republiky a Listinou základních práv a svobod, v níž je obsaženo právo svobody projevu a právo na informace.³⁷ Každý má právo na svobodu projevu, vyhledávat a šířit informace. Toto právo je však omezeno právy svobod druhých. Dále je možno toto právo omezit zákonem v případě, že je to nezbytné pro ochranu bezpečnosti státu, veřejné bezpečnosti, ochranu veřejného zdraví a co je důležité zmínit ochranu mravnosti.³⁸ Na základě tohoto právního předpisu je zřejmé, že je důležité nejen právo svobody slova a s ním související právo na informace a možnosti je dále šířit, ale také ochránit práva a svobody příjemců informací.

V České republice na ochranu práv konzumentů dohlíží Rada pro rozhlasové a televizní vysílání řídicí se legislativními předpisy č. 231/2001 Sb., o provozování rozhlasového a televizního vysílání, č. 40/1995 Sb., o regulaci reklamy, č. 132/2010 Sb., o audiovizuálních mediálních službách na vyžádání, č. 106/1999 Sb., o svobodném přístupu k informacím.

Samotní provozovatelé vysílání se řídí zákonem č. 231/2001 Sb. o provozování rozhlasového a televizního vysílání a o změně dalších zákonů (dále jen „Zákon RTV“). V části páté jsou upraveny práva a povinnosti provozovatelů vysílání, kde je uvedeno, že provozovatel vysílání poskytuje objektivní a vyvážené informace nezbytné pro svobodné vytváření názorů. Názory nebo hodnotící komentáře musí být odděleny od informací zpravodajského charakteru.³⁹ Dále objektivitu vysílaného obsahu zajišťuje zákon č. 484/1991 Sb. o Českém rozhlasu. Hlavními úkoly veřejné služby v oblasti televizního vysílání podle zákona č. 483/1991 Sb. o České televizi jsou zejména

³⁶ JIRÁK, Jan a KÖPPLOVÁ, Barbara. *Masová média*. Vyd. 1. Praha: Portál, 2009, s. 332.

³⁷ článek 17 odst. 1 Zákon č. 2/1993 Sb. Listina základních práv a svobod.

³⁸ článek 17 odst. 4 Zákon č. 2/1993 Sb. Listina základních práv a svobod.

³⁹ §31 odst. 2 zákon č. 231/2001 Sb. o provozování rozhlasového a televizního vysílání a o změně dalších zákonů.

poskytování objektivních, otevřených, ve svém celku vyvážených všestranných informací pro svobodné vytváření názorů.⁴⁰

Dále je nutno zmínit restrikce v rámci zákona RTV. Právní ustanovení „zakazuje vysílat jakékoliv pořady, jejichž obsah by vybízel k nesnášenlivosti, k násilí nebo který by mohl působit otupění vůči utrpení druhých. Zvláště je stanoven zákaz vysílat jakékoli obsahy, které by mohly jakkoli ohrozit zdravý vývoj nedospělých jedinců.“⁴¹ Jednotlivé kvalitativní omezení jsou uvedeny v § 32 odst. 1 zákona RTV v rámci této práce je důležité jich několik ve zkratce zmínit:

- aby vysílané pořady nepropagovaly válku nebo neličily krutá nebo jinak nelidská jednání,
- aby vysílané pořady nepodněcovaly k nenávisti z důvodu pohlaví, rasy, barvy pleti, jazyka, víry a náboženství, politického nebo jiného smýšlení, národního nebo sociálního původu, příslušnosti k národnostní nebo etnické menšině, majetku, rodu nebo jiného postavení,
- nezařazovat do vysílání pořady, které mohou vážně narušit fyzický, psychický nebo mravní vývoj dětí a mladistvých,
- bezdůvodně nezobrazovat osoby umírající nebo vystavené těžkému tělesnému nebo duševnímu utrpení způsobem snižujícím lidskou důstojnost,
- nezařazovat v době od 06.00 hodin do 22.00 hodin pořady a upoutávky, které by mohly ohrozit fyzický, psychický nebo mravní vývoj dětí a mladistvých.⁴²

Z trestně právního hlediska je podstatné ustanovení trestního zákoníku, kde je u vybraných trestných činů vyžadováno jejich spáchání veřejně. Jedná se o ustanovení § 117 písm. a) trestního zákoníku, které říká, že veřejné spáchání trestného činu je takové, jestliže je spácháno obsahem tiskoviny nebo rozšiřovaného spisu, filmem, rozhlasem, televizí, veřejně přístupnou počítačovou sítí nebo jiným obdobně účinným způsobem. „Jiným obdobně účinným způsobem“ se pro účely ustanovení má na mysli nahrávku na CD nebo DVD nosič, pokud je zpřístupněn více divákům či posluchačům.⁴³ Další možný způsob veřejného spáchání trestného činu podle § 117

⁴⁰ § 2 odst. 2 písm. a) zákon č. 483/1991 Sb., o České televizi.

⁴¹ POUPEROVÁ, Olga. *Regulace médií*. Praha: Leges, 2010, s. 187.

⁴² § 32 odst. 1 zákon č. 231/2001 Sb., o provozování rozhlasového a televizního vysílání a o změně dalších zákonů.

⁴³ JELÍNEK, Jirí et al. *Trestní zákoník a trestní řád s poznámkami a judikaturou*. 4. aktualizované vyd. podle stavu k 1. 10. 2013. Praha: Leges, 2013, s. 172.

písm. b) trestního zákoníku je, spáchání trestného činu před nejméně třemi osobami současně přítomnými. Veřejně spáchané trestné činy nalezneme v ustanovení trestního zákoníku, kde je v § 355, odst. 2 písm. b) upraveno hanobení národa, rasy, etnické, nebo jiné skupiny osob. Dále ustanovení § 356 odst. 3 písm. a) jež je zaměřen na podněcování k nenávisti vůči skupině osob nebo omezování jejich práv a svobod. Právě prostřednictvím sociálních sítí nejčastěji dochází k porušování více uvedených právních předpisů. Sdružují se zde osoby, propagují materiály, kterými vyjadřují souhlas s násilím nebo hanobením ras a proti etnickým skupinám. Trestné činy spáchané prostřednictvím medií mají větší společenskou nebezpečnost s větším dopadem na oběť trestného činu a z tohoto důvodu jsou v trestním zákoníku stanoveny vyšší trestní sazby. Příkladem nám může být ustanovení § 191 odst. 3) písm. b) trestního zákoníku, který pojednává o šíření pornografických děl, v nichž se projevuje násilí či neúcta k člověku, nebo které popisuje, zobrazuje nebo jinak znázorňuje pohlavní styk se zvířetem. Odnětím svobody na šest měsíců až tři léta bude pachatel potrestán, spáchá-li čin tiskem, filmem, rozhlasem, televizí, veřejně přístupnou počítačovou sítí nebo jiným obdobně účinným způsobem.⁴⁴

V trestním zákoníku dále nalezneme ustanovení, jež pojednávají o trestných činech proti svobodě a právům na ochranu osobnosti, soukromí a listovního tajemství. Taktéž zde zákonodárce pamatuje na spáchání trestných činů prostřednictvím médií a rovněž upravuje trestní sazbu za porušení těchto právem chráněných zájmů. V ustanovení § 180 odst. 1 trestního zákoníku je uvedeno: *„Kdo, byť i z nedbalosti, neoprávněně zveřejní, sdělí, zpřístupní, jinak zpracovává nebo si přisvojí osobní údaje, které byly o jiném shromážděné v souvislosti s výkonem veřejné moci, a způsobí tím vážnou újmu na právech nebo oprávněných zájmech osoby, jíž se osobní údaje týkají, bude potrestán odnětím svobody až na tři léta nebo zákazem činnosti.“*⁴⁵ Pokud se tedy pachatel dopustí více zmíněného trestného činu je stanovena trestní sazba až na tři léta. Avšak spáchá-li uvedený čin za pomoci medií (tiskem, filmem, rozhlasem, televizí, veřejně přístupnou počítačovou sítí) nebo jiným obdobně účinným způsobem bude pachatel potrestán odnětím svobody na jeden rok až pět let, peněžitým trestem nebo zákazem činnosti.⁴⁶

⁴⁴ § 191 odst. 3 písm. b) zákon č. 40/2009 Sb., trestní zákoník.

⁴⁵ § 180 odst. 1 zákon č. 40/2009 Sb., trestní zákoník.

⁴⁶ § 180 odst. 2 písm. b) zákon č. 40/2009 Sb., trestní zákoník.

Ustanovení § 184 trestního zákoníku pojednává o ochraně osobnosti a soukromí. „Kdo o jiném sdělí nepravdivý údaj, který je způsobilý značnou měrou ohrozit jeho vážnost u spoluobčanů, zejména poškodit jej v zaměstnání, narušit jeho rodinné vztahy nebo způsobit mu jinou vážnou újmu, bude potrestán odnětím svobody až na jeden rok.“⁴⁷ Pokud ale dojde k porušení tohoto právem chráněného zájmu prostřednictvím médií je trestní sazba navýšena až na dvě léta nebo zákazem činnosti.

Na těchto příkladech je zřejmé, že si zákonodárce uvědomuje nejen prospěšnost médií, ale i jejich nebezpečnost a možný dopad na oběť a společnost v případě trestných činů spáchaných jejich prostřednictvím. Protože trestné činy spáchané za pomoci masových médií včetně rozhlasu a televize notně stupňují společenskou škodlivost trestného činu.

⁴⁷ § 184 odst. 1 zákon č. 40/2009 Sb., trestní zákoník.

5. Praktická část

5.1. Cíl výzkumu a výzkumné hypotézy

Hlavním cílem užitého kvalitativního výzkumného šetření bylo zjistit, jaký typ medií jedinci preferují a do jaké míry pocítují jejich vliv na myšlení a rozhodování. Jakým způsobem zpracovávají informace, které jsou jim předkládány prostřednictvím různých typů médií. Zda se někteří respondenti ztotožňují se zápornými postavami a chtějí kopírovat jejich vzor chování. Jednotlivé odpovědi jsou procentuálně vyhodnoceny a pro větší přehlednost zpracovány v grafické podobě. V empirické části práce jsou roztrženi respondenti podle pohlaví, věku, dosaženého vzdělání a jejich pracovního zařazení ve společnosti. Jednotlivé možnosti odpovědí byly formulovány tak, aby mohli respondenti zvolit tu, se kterou se nejvíce ztotožňují.

Na základě poznatků obsažených v teoretické části byly stanoveny čtyři základní hypotézy (H1 – H4) k ověření:

H1: Nejčastěji využívaným médiem je internet.

H2: Nejvíce stráveného času na internetu je věnováno sociálním sítím.

H3: Obsah propagující násilí v respondentech vyvolává tendenci chovat se agresivně.

H4: Většina respondentů se vědomě dopustila napodobení vzoru chování z televize nebo internetu, které by mohlo být posuzováno jako trestný čin nebo přestupek.

5.2. Použité metody

Výzkumné šetření bylo provedeno kvantitativní metodou, za použití dominantní techniky dotazníku. Tento způsob sběru dat umožňuje rychleji získat data od většího množství respondentů. Dotazník je také zvolen z důvodu nenáročnosti při vyplňování. Pro potřeby výzkumu byl vytvořen dotazník skládající se ze čtrnácti otázek s možností volby z předem definovaných odpovědí. Obsahuje tedy převážně uzavřené otázky, které mají dobrou výpovědní hodnotu, avšak respondent se s nabízenými možnostmi nemusí vždy ztotožnit. Z tohoto důvodu byla zařazena poslední otázka otevřená, tak aby byla umožněna jistá volnost v odpovědi.

Předpokládaná doba pro vyplnění dotazníku je deset minut. Dotazník je zcela anonymní, díky čemuž se domníváme, že respondenti budou odpovídat upřímněji. Na

začátku dotazníku respondenti dobrovolně uvádí své demografické údaje jako je věk, pohlaví, vzdělání a svůj status. Osoby, které dotazník vyplnily nesprávně či nedostatečně, byly z výzkumu vyřadili.

5.3. Sběr a zpracování dat

Distribuce dotazníků a sběr dat probíhal od ledna 2016 do poloviny března 2016 ve sportovním zařízení Squash fitness centrum, Cihlářská 5478, Chomutov. Toto zařízení bylo zvoleno zejména z důvodu dostupnosti a možnosti navázání spolupráce. Sebraná data byla zpracována za pomoci běžné statistické metody. Pro větší přehlednost a lepší výklad bylo k prezentaci výsledků jednotlivých otázek využito grafické znázornění.

5.4. Charakteristika výzkumného souboru

Výzkumný soubor tvoří celkem 50 osob, z toho 22 mužů a 28 žen. Jedná se tedy o výzkum malého vzorku, který slouží spíše pro představu o tom, jak lidé vnímají vliv médií na svoji osobu. Věkové rozmezí respondentů je 18- 30 let. Věková kategorie 18-22 let obsahuje 15 osob, kategorii 23-26 let reprezentuje 23 osob a 12 osob přísluší ke kategorii 27-30 let.

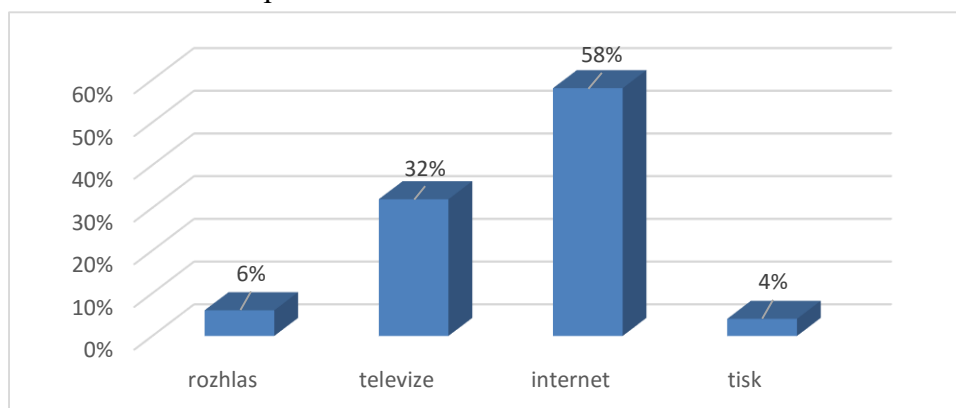
Polovina respondentů má dosaženo úplného středního odborného vzdělání s maturitou, vysokoškolského stupně vzdělání dosáhlo 18 osob, 7 osob má střední odborné vzdělání s výučním listem, žádná osoba nedosáhla pouze základního vzdělání. Z celkového počtu dotázaných je 21 studentů, což představuje 42%, dále je to 12 osob nezaměstnaných, což je 24%, pozici zaměstnance zastává 11 osob, tedy 22%, zbytek tvoří OSVČ.

5.5. Výsledky dotazníkového šetření

V následující části je proveden rozbor jednotlivých otázek dotazníku určeného pro osoby ve věku 18 – 30 let z okresu Chomutov.

Otázka č. 1: Která média využíváte pravidelně každý den?

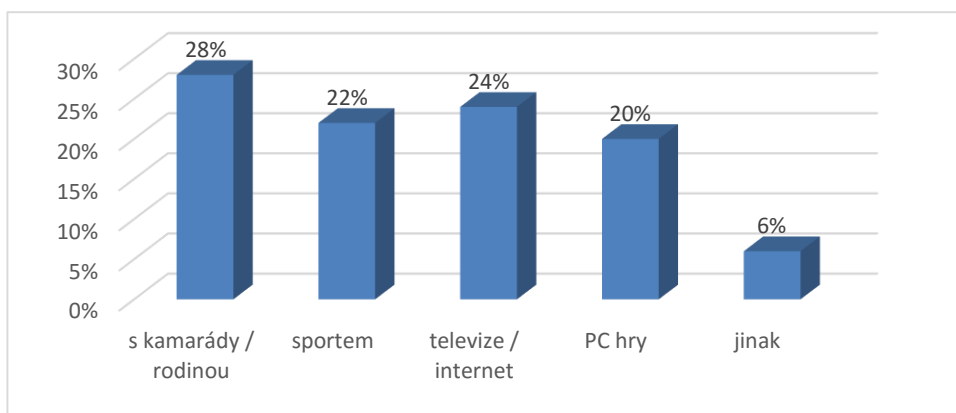
Graf 1 Pravidelnost používání médií



První otázkou jsme se snažili zjistit, který typ médií respondenti nejčastěji využívají v rámci jejich každodenního života. Předpokládáme, že právě toto médium má nejvýraznější vliv na jejich osobnost. Jak lze vyčíst z grafu, více než polovina osob dává přednost internetu před ostatními médii, další, nicméně již méně preferované médium představuje televize. Velmi malý podíl, tedy i výrazně menší vliv na respondenta můžeme připsat rozhlasu a tiskovinám.

Otázka č. 2: Jakým způsobem nejčastěji trávíte volný čas?

Graf 2 Trávení volného času

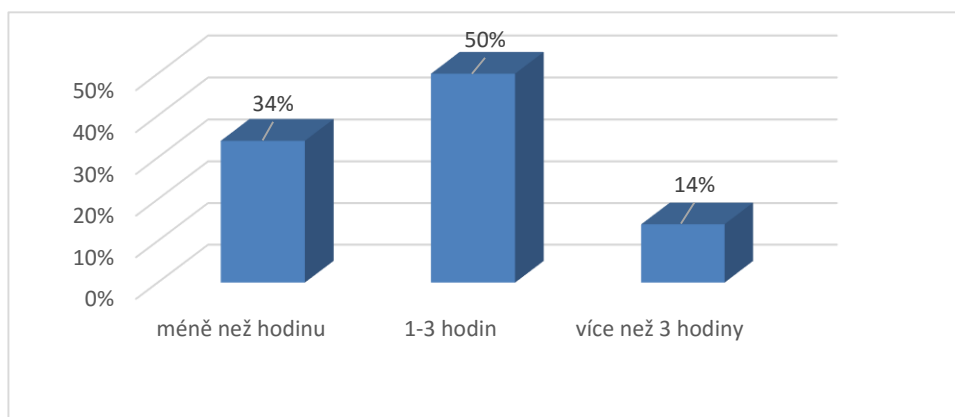


Cílem druhé otázky bylo zjistit, jakým způsobem respondenti tráví svůj volný čas. Především jsme chtěli zmapovat, jaký podíl na trávení volného času mají média. Zde respondenti odpovídali v jednotlivých možnostech poměrně vyrovnaně, kromě

položky jinak, kterou uvedly pouze tři osoby. Nicméně lze konstatovat, že druhou nejčastější odpovědí bylo sledování televize či internetu.

Otázka č. 3: Kolik hodin strávíte denně prohlížením internetu?

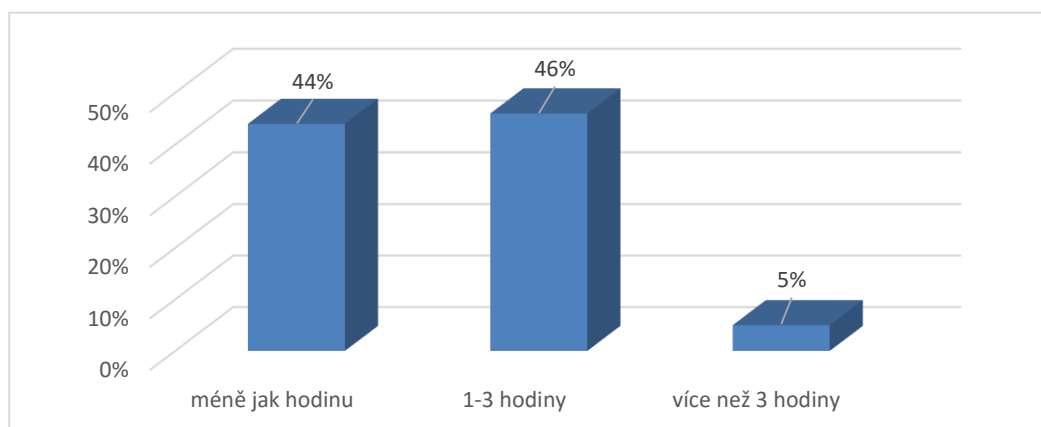
Graf 3 Čas strávený na internetu



Otázka se zaměřuje na čas strávený prohlížením internetu denně. Jak je patrné z grafu, polovina dotázaných osob uvedla, že denně stráví na internetu 1 až 3 hodiny, 17 osob, což je 34%, uvedlo čas nepřesahující jednu hodinu, zbytek osob tráví na internetu více než 3 hodiny denně.

Otázka č. 4: Kolik hodin denně strávíte sledováním televize?

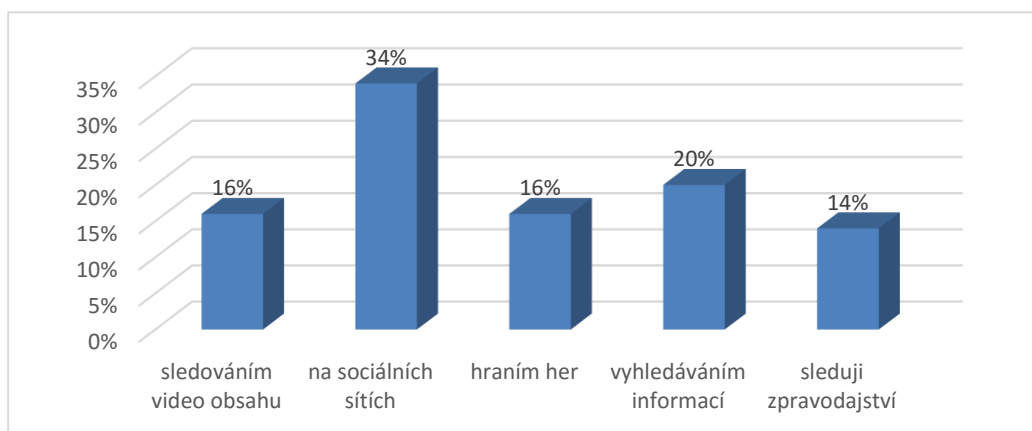
Graf 4 Čas strávený sledováním TV



Otázka byla zaměřena na zjišťování počtu hodin, které respondenti stráví sledováním televize. Méně jak hodinu denně sleduje televizi 22 osob, což představuje 44%. Sledováním televize 1-3 hodiny denně tráví 23 osob, což je 46%. Tento výsledek byl předpokládán vzhledem k faktu, že převážná většina dotázaných pracuje nebo studuje. Zbytek osob sleduje denně televizi více jak 3 hodiny denně.

Otázka č. 5: Čím trávíte nejvíce času na internetu?

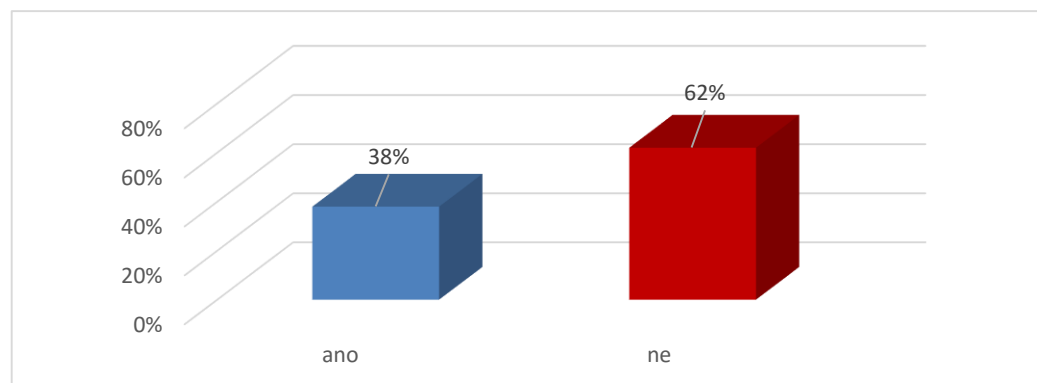
Graf 5 Oblíbené činnosti na internetu



Otázka je zaměřena na to, jaké činnosti na internetu respondenti nejčastěji vyhledávají. Největší procento osob stráví nejvíce času na sociálních sítích. Další oblíbenou činností je vyhledávání informací. Stejná míra využití se projevila jak u sledování video obsahu tak hraním her. Zpravodajství na internetu sleduje 14% dotázaných.

Otázka č. 6: Vyhledáváte internetové stránky s násilnou nebo jinak nevhodnou tematikou?

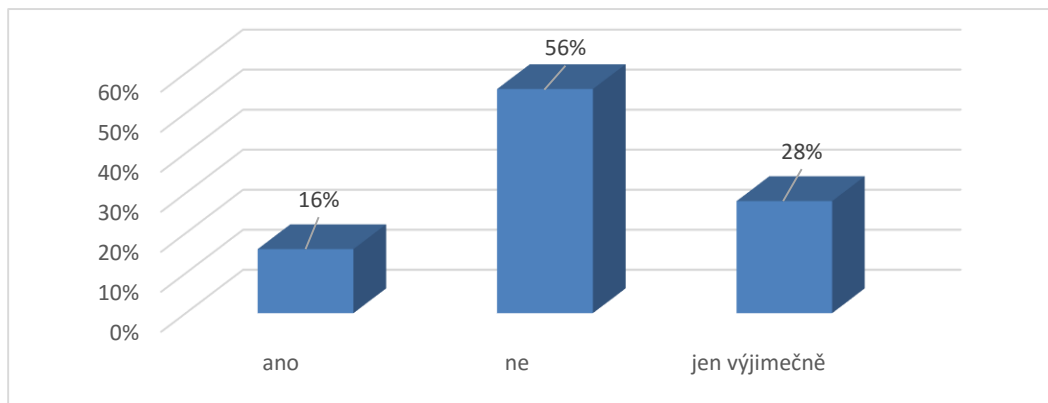
Graf 6 Zájem o tematiku obsahující násilí



Otázka měla již specifické zaměření vzhledem k tématu práce. Chtěl jsem zjistit, zda o tematiku obsahující násilí panuje mezi respondenty určitý zájem. Převážná část dotázaných odpověděla, že násilí na internetu nevyhledává, avšak 38% osob odpovědělo na otázku kladně, což lze považovat také za důležité zjištění.

Otázka č. 7: Šíříte prostřednictvím internetu materiály propagující násilí popřípadě jiný nevhodný obsah?

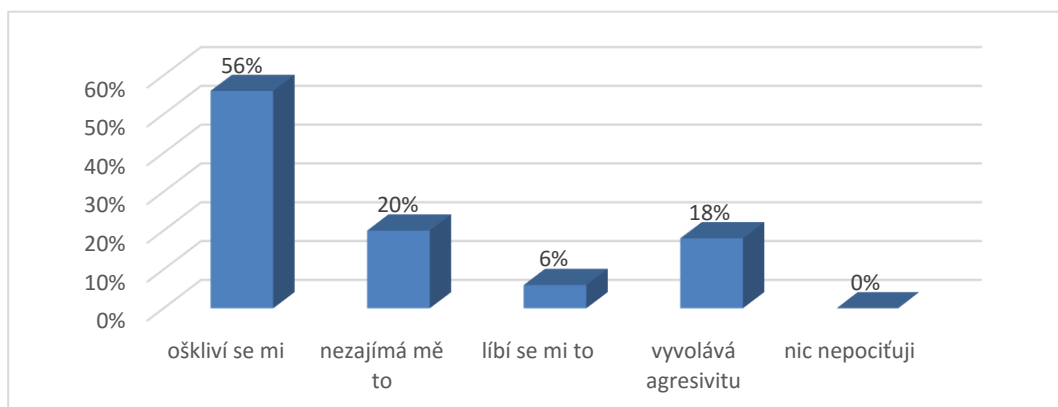
Graf 7 Šíření nevhodného obsahu



Cílem sedmé otázky bylo postihnout aktivity respondentů na internetu, při nichž dochází k šíření materiálů propagující násilí, či jiný nevhodný obsah. Důležitým zjištěním je že 16% procent dotázaných někdy na internetu šíří nevhodné materiály. Dále bylo zjištěno, že nemalé procento šíří takový obsah také, ale jen výjimečně.

Otázka č. 8: Jaké emoce ve Vás vyvolává sledování obsahu propagující násilí?

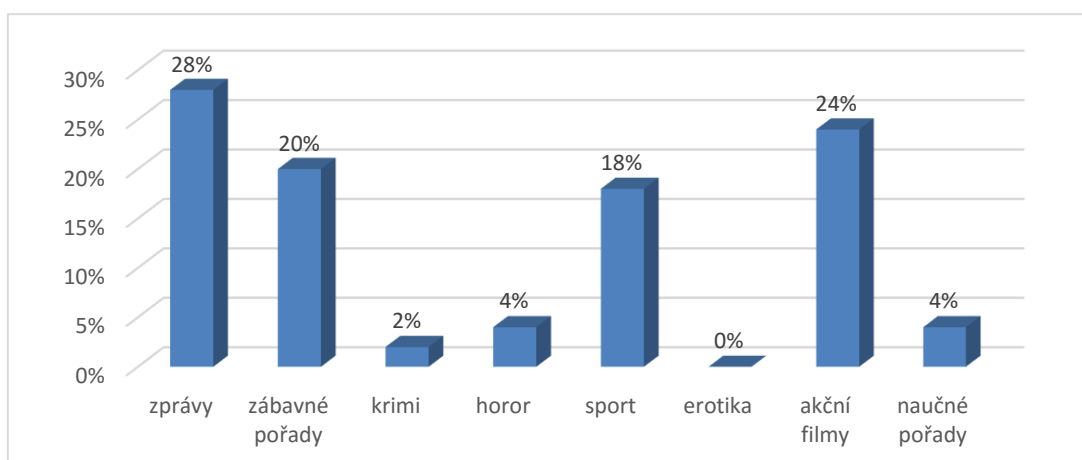
Graf 8 Vyvolané emoce



Otázka byla zaměřena na emoce prožívané při sledování obsahu propagující násilí. Více jak polovina dotázaných uvedla, že se jim tento obsah oškliví. Nezájem o tento obsah projevilo 20% dotázaných. U 18% respondentů sledování násilí vyvolává agresi. Pouze 6% respondentů se takovýto obsah líbí.

Otázka č. 9: Jaké pořady nejvíce sledujete v TV?

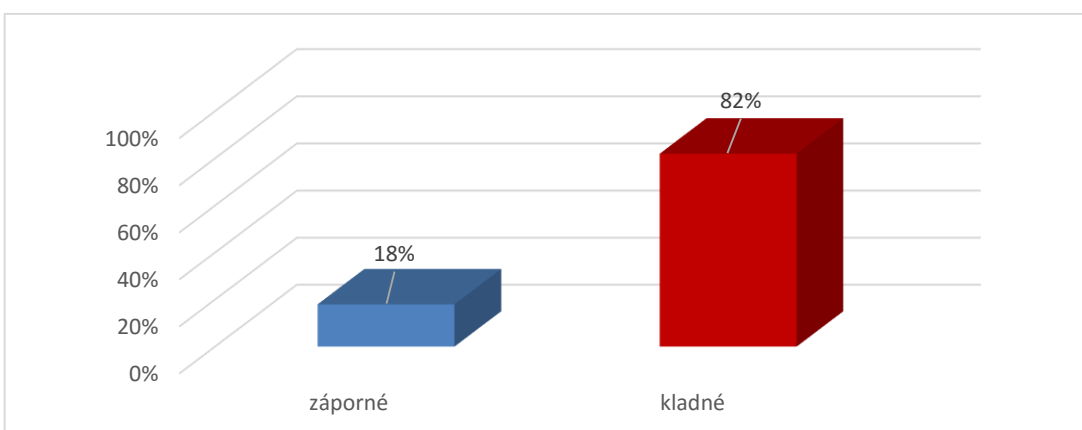
Graf 9 Oblíbené typy pořadů v TV



Účelem této otázky bylo stanovit, jaká je preference respondentů pořadu v televizi. Z odpovědí vyplynulo, že největší zájem je o zpravodajství a následuje sledování filmů s akčními scénami. Dalšími oblíbenými programy jsou zábavné pořady a sledování sportovních kanálů. Nejméně sledované jsou naučné pořady, krimi, horor a erotika.

Otázka č. 10: S jakým typem postav se nejčastěji ztotožňujete?

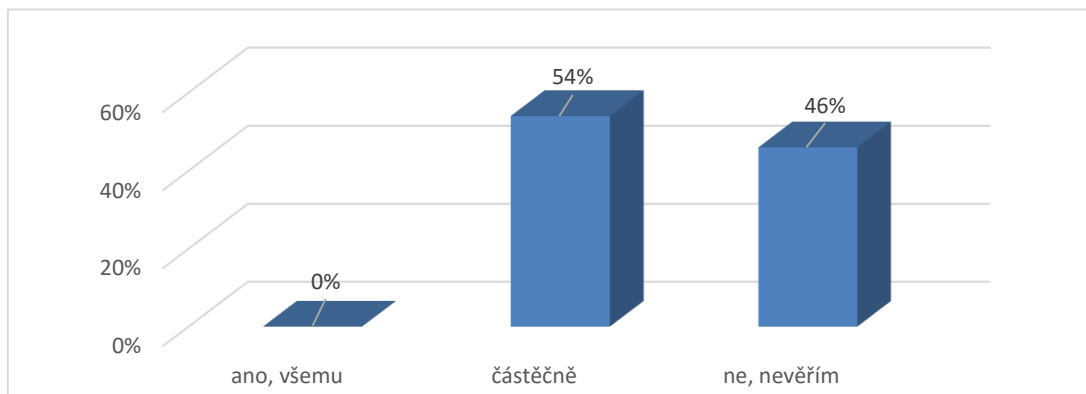
Graf 10 Oblíbený typ postav



Otázka byla směřována na identifikaci respondentů s typem postav ve filmech. Více jak 82% odpovědělo na otázku, tak že se více ztotožňují s kladným typem postav. Zbytek osob preferuje záporné hrdiny.

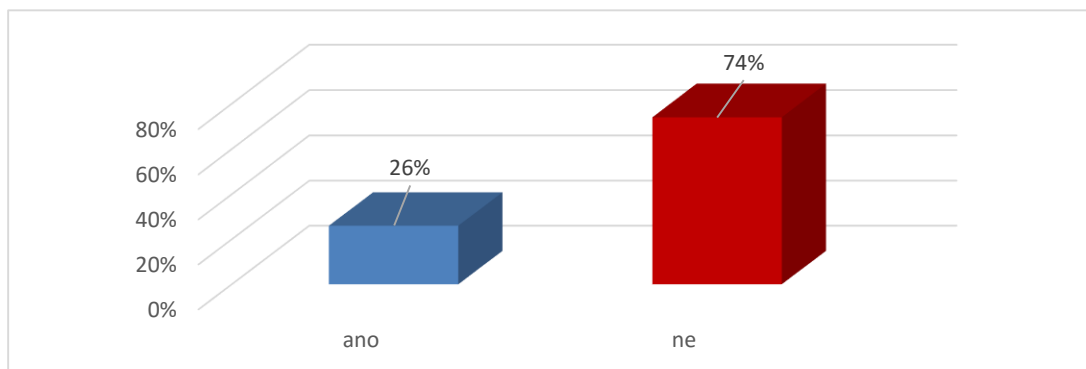
Otázka č. 11: Věřím tomu, co se dozvím v TV, na internetu a čtu v novinách, časopisech?

Graf 11 Pravda v médiích



Touto otázkou chceme určit, zda respondenti považují informace získané z médií za pravdivé a nakolik jim věří a spojují je s realitou. Téměř shodný byl počet odpovědí, kdy respondenti volili možnosti, že věří částečně nebo nevěří médiím vůbec. Je tedy patrné, že si uvědomují skutečnost, že v médiích nemusí být vždy prezentováno, to co je pravda.

Otázka č. 12: Napodobili jste někdy jednání z televize nebo internetu, které by mohlo být dle vašeho mínění posuzováno jako přestupek nebo trestný čin?

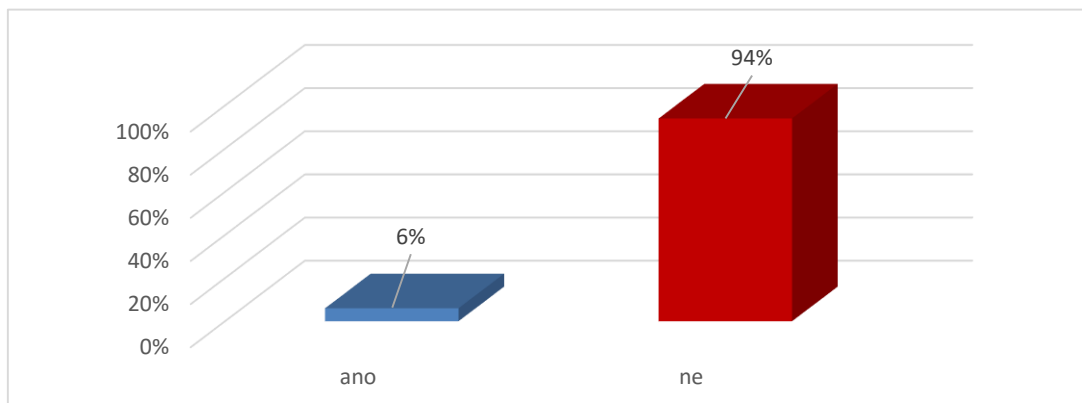


Graf 12 Podobnost chování

Otázka je zaměřena na zjištění, jestli osoby někdy napodobili jednání z televize nebo internetu, které by mohlo být posuzováno jako přestupek či trestný čin. Až 74% osob uvedlo, že nenapodobují takové jednání. Zbývajících 26% respondentů uvedlo, že někdy takového jednání napodobili.

Otázka č. 13: Prověřovala vaši osobu v minulosti PČR v souvislosti s trestnou činností nebo přestupkovým jednáním?

Graf 13 Prověřování PČR



V otázce číslo 13 nás zajímalo, zda někteří z respondentů již byli v minulosti prověřováni v souvislosti s trestnou činností nebo přestupkovým jednáním ze strany Policie České republiky. Vysoké procento osob, na tuto otázku odpovědělo negativně. Pouze 6% osob uvedlo, že již v minulosti byli prověřováni policií v souvislosti se spácháním této činnosti.

Otázka č. 14: Myslíte, že média dokáží ovlivnit vaše chování a jak?

V této otázce se nejvíce vyskytovala odpověď zmiňující vliv reklamy na nákupní chování respondentů. A uvědomují si že, aniž by sami chtěli, tak reklama ovlivňuje jejich rozhodovací schopnost při výběru spotřebitelského zboží.

Druhá nejčastější odpověď se vztahovala k večernímu zpravodajství, v němž převažují zejména negativní informace. V tomto případě respondenti zmínili spojitost takových zpráv s jejich následným negativním emočním prožíváním.

Dále byla zmiňována otázka teroristických útoku a migrace prezentovaná médii, která u některých lidí vyvolává větší obavu o svoji bezpečnost.

Verifikace hypotéz

V této části práce se zaměříme na verifikaci hypotéz, které byly stanoveny na začátku výzkumu. Jednotlivé hypotézy ověříme na podkladě výzkumu. Následně potvrdíme či vyvrátíme jejich pravdivost.

H1: Nejčastěji využívaným médiem je internet.

První hypotézu jsem ověřoval výpočtem průměru z celkových odpovědí v dotazníku u preferovaného média, u kterého respondenti nejraději tráví svůj volný čas. Z tohoto výpočtu jsem zjistil, že více než polovina respondentů 58% dává přednost internetu před ostatními médii. Hypotéza tedy **je pravdivá**.

H2: Nejvíce stráveného času na internetu je věnováno sociálním sítím.

Druhá hypotéza byla zaměřena na počítačové aktivity. Vyhodnocována byla stejnou metodou jako předchozí hypotéza. Z odpovědí vyplynulo, že nejoblíbenější činností při prohlížení internetu je nejvíce času věnováno sociálním sítím, kdy takto odpovědělo 34% z celkového počtu respondentů, což je výrazně více oproti dalším nabízeným možnostem. Výzkum tedy potvrdil **pravdivost** této hypotézy.

H3: Obsah propagující násilí v respondentech vyvolává tendenci chovat se agresivně.

Třetí hypotéza byla orientována na emoce objevující se při sledování obsahu propagující násilí. Z výzkumu vyplynulo, že 56% dotázaných, se takový obsah spíše oškliví a nevyvolává u nich tendenci k agresivnímu chování. Hypotéza tedy je **nepravdivá**.

H4: Většina respondentů se vědomě dopustila napodobení vzoru chování z televize nebo internetu, které by mohlo být posuzováno jako přestupek nebo trestný čin.

Čtvrtou hypotézu jsem také porovnal výpočtem z celkového počtu odpovědí a bylo zjištěno, že 74% respondentů nenapodobuje chování, které by mohlo být kvalifikováno jako přestupek nebo trestný čin. Hypotéza tedy **je nepravdivá**.

Ve vztahu k hypotéze č. 3 a 4, které byli vyhodnoceny jako nepravdivé, považuji za žádoucí zmínit fakt, že se jedná o dospělou populaci respondentů, kteří jsou si již vědomi sociálních norem ve společnosti. Přestože měl dotazník anonymní charakter, předpokládám, že respondenti odpovídali sociálně žádoucím způsobem. Výsledky tedy mohou být do jisté míry ovlivněny tímto jevem.

Závěr

Ve vývoji moderní (průmyslové společnosti), datované od počátku 19. století sehrála významnou roli média masové komunikace. V 19. století to byl tisk, zejména periodické noviny a ve 20. století nastoupila elektronická média, rozhlas a televize. Současná doba je prvním stádiem společnosti nového typu - společnosti informační, jejíž hlavním znakem je komputelizace společnosti. Nejvýznamnějším komunikačním médiem internet. Schopnost vytvářet informace se rozrostla natolik, že jejich prostřednictvím vytváří člověk umělou „virtuální realitu“. Problémem současné doby není nedostatek informací, ale jejich nadbytek a to, jak je člověk dokáže vybírat, strukturovat a třídit a následně využívat v reálném světě.

Každý člověk je jedinečnou osobností, která ovšem podléhá celé řadě sociálních vlivů. Žije v určitém místě, v určitém čase, v určité rodině, je příslušníkem několika společenských skupin formálních i neformálních (profesionálních, zájmových apod.) a v neposlední řadě členem společnosti jako celku (národní, globální). V oblasti komunikace není jen pasivním příjemcem informací, ale je svébytnou osobností, která disponuje individuálními postoji, názory a kritérii, které ovlivňují příjem konkrétního sdělení. K rozhodujícím činitelům patří všechny prvky osobnostní struktury, které tvoří dynamický systém, který v průběhu života prochází vlastním vývojem. Ukazuje se, že média ovlivňují život všech věkových skupin, počínaje předškolními dětmi a konče seniory. Odborníci se shodují, že nejnebezpečnější je jejich vliv v období adolescence a následně v období mladé dospělosti.

Digitální televizní systém, satelitní vysílání a především internet umožnily výměnu informací v rámci celého světa a vytvořily diskusní fórum pro výměnu názorů. Zároveň se globalizace informací stala nástrojem nadnárodních mediálních korporací, které rozhodujícím způsobem vytvářejí a kontrolují veřejné mínění. V Lisabonské smlouvě Evropské unie je zdůrazněn přechod k informační společnosti, založený na znalostech a je zdůrazňována priorita investic do lidských zdrojů a význam celoživotního vzdělávání. Na jedné straně se předpokládá, že v online světě diskutované poznatky, postoje, názory, hodnoty atd. postupně oslabí manipulativní působení politiků a umožní participaci velké části populace na rozhodovacím procesu a na tvořivé účasti na realitě. Na straně druhé život jednotlivce v online světě zanechává digitální stopy a internet se stává místem permanentní kontroly jedince. Internet umožnil získávání poznatků, ke kterým by se běžný člověk těžko dostával, zejména zásluhou

digitalizace knihovních a archivních fondů a publikací odborných studií. V informační společnosti děti dříve než začnou chodit do školy, ovládají základy práce s počítačem. Součástí školních vzdělávacích programů je proto nový předmět-mediální výchova. Studenti by se měli naučit nejen média využívat, ale také třídit a uspořádat informace, utvářet si vlastní úsudek a na jeho základě jednat a totéž platí i pro populaci dospělou.

Na základě dotazníkového šetření bylo zjištěno, že populace ve věku od osmnácti do třiceti let nejčastěji využívá internetové médium a to převážně ke komunikaci prostřednictvím sociálních sítí. V práci bylo poukázáno na nebezpečnost těchto mediálních kanálů. Avšak na základě získaných odpovědí bylo shledáno, že si jsou respondenti vědomi svého chování a dokáží rozpoznat rozdíl mezi reálným a virtuálním světem. Na druhé straně respondenti přiznávali, že jejich chování media ovlivňují a to především reklamním sdělením. Dá tedy se předpokládat, že respondenti u otázek týkajících se trestné činnosti i přes anonymitu vyplňovali dotazník sociálně přijatelným způsobem a pravdivost údajů nemusí být zcela relevantní. Lidé si musí uvědomovat, že jakékoli médium je pouze zprostředkovatel informací nikoli reálný svět a používat je vždy se zdravým rozumem. Slovy legendárního herce Jana Wericha „Televize není nepřítel, televize se dá vypnout.“

Seznam použitých zdrojů:

Při tvorbě této práce byly využity následující zdroje:

Literární zdroje:

1. BLATNÝ, M. A KOL. *Psychologie osobnosti. Hlavní témata, současné přístupy*. Praha: GRADA, 2010, 304 s. ISBN 978-80-247-3434-7.
2. ČERNÁ, A. *Kyberšikana - nový typ agrese u dětí a dospívajících*. In: *Kyberšikana. Průvodce novým fenoménem*. Praha: GRADA, 2013. 152 s. ISBN 978-80-247-4577-0.
3. ERIKSON, Erik H. *Životní cyklus rozšířený a dokončený*. Praha: PORTÁL, 2015, 148 s. ISBN 978-80-262-0786-3.
4. JELÍNEK, J. A KOL. *Trestní zákoník a trestní řád s poznámkami a judikaturou*. 4. aktualizované vyd. podle stavu k 1. 10. 2013. Praha: Leges, 2013, 1216 s. ISBN 978-80-87576-69-4.
5. JIRÁK, J. *Masová média*. In: MIČIENKA, M., JIRÁK, J, A KOL. *Základy mediální výchovy*. Praha: Portál, 2007. 63 s. ISBN 978-80-7367-315-4.
6. JIRÁK, J., KÖPPLOVÁ, B. *Masová média*. Vyd. 1. Praha: Portál, 2009, 413 s. ISBN 978-807-3674-663.
7. MATOUŠEK, V., PTÁČEK, O. Úkladná vražda spáchaná nezletilcem. Kriminologický sborník \\CF3\\. 2003, roč. 47, č. 1, s. 9 – 13.
8. McQUAIL, D. *Úvod do teorie masové komunikace*. 4. rozšířené a přepracované vyd. Překlad: Hana Antonínová. Praha: Portál, 2009, 639 s. ISBN 978-807-3675-745.
9. MILLOVÁ, K. *Teorie celoživotního vývoje*. In: BLATNÝ, M. A KOL. *Psychologie osobnosti. Hlavní témata, současné přístupy*. Praha: GRADA, 2010, 128 s. ISBN: 978-80-247-3434-7.
10. ORTEGA Y GASSET, J. *Vzpouora davů*. Praha: Naše vojsko, 1930, 158 s. ISBN: 80-206-0072-8.
11. PÁNA, L., SOMR, M. *Metodologie a metody výzkumu*. 1. vydání, České Budějovice: Vysoká škola evropských a regionálních studií, 2007. 164 s. ISBN 978-80-86708-52-2.
12. PELIKÁN, J. *Základy empirického výzkumu pedagogických jevů*. 1. vyd. Praha: Karolinum, 2004. 270 s., ISBN 974-80-246-1916-3.

13. PLHÁKOVÁ, A. *Intelligence*. In: BLATNÝ, M. A KOL. *Psychologie osobnosti. Hlavní témata, současné přístupy*. Praha: GRADA, 2010, 305 s. ISBN 978-80-247-3434-7.
14. POUPEROVÁ, O. *Regulace médií*. Praha: Leges, 2010, 272 s. ISBN 978-808-7212-486.
15. REMIŠOVÁ, A. *Etika médií*. Bratislava: Kalligram 2010, 312 s. ISBN 978-80-8101-376-8.
16. SAK, P. *Informační společnost nová fáze evoluce*. In: SAK, P. a kolektiv. *Člověk a vzdělání v informační společnosti*. Praha, Portál, 2007, 290 s. ISBN 978-80-7367-230-0.
17. SAK, P. *Komputerizace společnosti*. In: SAK, P. a kolektiv. *Člověk a vzdělání v informační společnosti*. Praha, Portál, 2007, 224 s. ISBN 978 -80-7367-230-0.
18. SAK, P. *Evoluce, člověk a sociální entita*. In: SAK, P. a kolektiv. *Člověk a vzdělání v informační společnosti*. Praha, Portál, 2007, 224 s. ISBN 978-80-7367-230-0.
19. STUHLÍKOVÁ, I. *Motivace a osobnost*. In: BLATNÝ, M. A KOL. *Psychologie osobnosti. Hlavní témata, současné přístupy*. Praha: GRADA, 2010, 304 s. ISBN 978-80-247-3434-7.
20. ŘÍČAN, P., PITHARTOVÁ, D. *Krotíme obrazovku. Jak vést děti k rozumnému užívání médií*. Praha. Portál, 1995, 62 s. ISBN 80-7178-084-7.
21. TUREK, J., OBOROVSKÁ, J. *Malý sociologický slovník*. Praha: Svoboda, 1970, 615s.
22. VESECKÁ, R., CHROMÝ, J. *Kriminalita, veřejnost a média*. Praha: Linde, 2009, 128 s. ISBN 978-80-7201-772-0.
23. VYSEKALOVÁ, J., KOMÁRKOVÁ, R. *Psychologie reklamy*. Praha: GRADA, 2000, 221 s. ISBN 80-247-9067-X.
24. ZOUBKOVÁ, I., MOULISOVÁ, M. *Kriminologie a prevence kriminality*. Praha: Trivis, 2004, 148 s. ISBN 80-86795-05-5.

Časopisecká literatura

Čírtková, Ludmila. *Násilí a sex v médiích*. *Psychologie dnes*, 2004, roč. 10, č. 5, s. 22-23.

Elektronické zdroje:

Vývoj médií od knihtisku po internet [online]. Praha: Kabinet informačních studií a knihovnictví, 2010 [citováno 2016-1-14]. Dostupné z WWW: <<http://mediagram.cz/dejepis/vyvoj-medii-od-knihtisku-po-internet>>.

Legislativní dokumenty:

ČESKO. Zákon č. 2/1993 Sb. Listina základních práv a svobod. Dostupné z WWW: <<http://business.center.cz/business/pravo/zakony/listina-zakladnich-prav-a-svobod/>>.

ČESKO. Zákon č. 1/1993 Sb. Ústava České republiky. Dostupné z WWW: <<http://business.center.cz/business/pravo/zakony/ustava-cr/>>.

ČESKO. Zákon č. 40/2009 Sb., trestní zákoník, ze dne 8. ledna 2009 In Sbírka zákonů České republiky. 2009. Dostupné z WWW: <<http://business.center.cz/business/pravo/zakony/trestni-zakonik/>>.

ČESKO. Zákon č. 132/2010 Sb. o audiovizuálních mediálních službách na vyžádání a o změně některých zákonů. Dostupné z WWW: <<http://www.psp.cz/sqw/sbirka.sqw?r=2010&cz=132>>.

ČESKO. Zákon č. 231/2001 Sb., o provozování rozhlasového a televizního vysílání a o změně dalších zákonů. Dostupné z WWW: <<http://www.psp.cz/sqw/sbirka.sqw?r=2001&cz=231>>.

ČESKO. Zákon č. 40/1995 Sb., o regulaci reklamy a o změně a doplnění a doplnění zákona č. 468/1991 Sb., o provozování rozhlasového a televizního vysílání, ve znění pozdějších předpisů. Dostupné z WWW: <<http://www.psp.cz/sqw/sbirka.sqw?cz=40&r=1995>>.

ČESKO. Zákon č. 483/1991 Sb., o České televizi. Dostupné z WWW: <<http://www.psp.cz/sqw/sbirka.sqw?cz=483&r=1991>>.

Seznam grafů:

Graf 1 Pravidelnost používání médií	37
Graf 2 Trávení volného času	37
Graf 3 Čas strávený na internetu	38
Graf 4 Čas strávený sledováním TV	38
Graf 5 Oblíbené činnosti na internetu	39
Graf 6 Zájem o tematiku obsahující násilí	39
Graf 7 Šíření nevhodného obsahu	40
Graf 8 Vyvolané emoce	40
Graf 9 Oblíbené typy pořadů v TV	41
Graf 10 Oblíbený typ postav	41
Graf 11 Pravda v médiích.....	42
Graf 12 Podobnost chování.....	42
Graf 13 Prověřování PCR	43

Seznam obrázků:

Obrázek 1 Aplikace etického principu zodpovědnosti na mediální podnik..... 16

Obrázek 2 Maslovova pyramida potřeb 19

Seznam příloh:

Dotazník 1

- d) PC hry
 - e) jinak
- 3) Kolik hodin strávíte denně prohlížením internetu:
- a) méně než hodinu
 - b) 1-3 hodin
 - c) více než 3 hodiny
- 4) Kolik hodin denně strávíte sledováním televize:
- a) méně jak hodinu denně
 - b) 1-3 hodin
 - c) více než 3 hodiny
- 5) Čím trávíte nejvíce času na internetu:
- a) sledování video obsahu
 - b) na sociálních sítích
 - c) hraním her
 - d) vyhledáváním informací
 - e) sleduji zpravodajství
 - f) jiné (doplňte)
- 6) Vyhledáváte internetové stránky s násilnou nebo jinak nevhodnou tematikou:
- a) ano
 - b) ne
- 7) Šíříte prostřednictvím internetu materiály propagující násilí popřípadě jiný nevhodný obsah:
- a) ano
 - b) ne
 - c) jen výjimečně

- 8) Jaké stavy ve Vás zanechává sledování obsahu propagující násilí:
- a) oškliví se mi
 - b) nezajímá mě to
 - c) líbí se mi to
 - d) vyvolává agresivitu
 - e) nic nepocítuji
- 9) Jaké pořady nejvíce sledujete v TV:
- a) zprávy
 - b) zábavné pořady
 - c) krimi
 - d) horor
 - e) sport
 - f) erotika
 - g) akční filmy
 - h) naučné pořady
- 10) S jakým typem postav se nejčastěji ztotožňujete:
- a) záporné
 - b) kladné
- 11) Věřím tomu, co se dozvím v TV, na internetu a čtu v novinách, časopisech:
- a) ano, všemu
 - b) částečně
 - c) ne, nevěřím
- 12) Napodobili jste někdy jednání z televize nebo internetu, které by mohlo být dle vašeho mínění posuzováno jako přestupek nebo trestný čin:
- a) ano
 - b) ne

13) Prověřovala vaši osobu v minulosti PČR v souvislosti s trestnou činností nebo přestupkovým jednáním?

a) ano

b) ne

14) Myslíte, že média dokáží ovlivnit vaše chování a jak? Rozepište:

.....

.....

.....

.....