

JIHOČESKÁ UNIVERZITA V ČESKÝCH BUDĚJOVICÍCH
ZDRAVOTNĚ SOCIÁLNÍ FAKULTA

Média a jejich vliv na delikventní chování dětí a mladistvých

Diplomová práce

Vedoucí práce:

JUDr. Milan Kučera, Ph.D.

Autor práce:

Bc. Veronika Janouchová

16.8.2010

Abstract

The Thesis “Media and their impact on delinquent behaviour of children and youth” studies possible effects of media on children and youth who have committed an offence. The influence of media on modern societies is substantial and still increasing, which is why its affect on a human is being more and more discussed. The influence of media on children and youth seems to be particularly important. High degree of influence by external factors, including that of media belongs to the basic factors of delinquent behaviour among children and youth. This is why the Thesis tries to link these two specific areas laying in the focus of professionals as well as general public.

The theoretical part first deals with the basic terms related to the influence of media on delinquent behaviour among children and youth. It also describes development and functions of media, the basic attributes of media content and media influence. There is also an insight into the legislation and authorities dealing with media activity as well as the media educational conception. The author then analyses delinquency of children and youth including the activities of a custodian.

The aim of the work was to gain more detailed information on the possible impact of media on delinquent behaviour of children and youth, which is why qualitative research was chosen. Questioning methods implemented by the technique of semi-standardized interviews was used for data collection in May and June 2010. The research sample consisted of two groups of respondents. The first group consisted of seven children and young people registered by a social office and the other one of five professionals working with young people who committed offences. A case report supporting the issues in question was moreover prepared from documents conducted by a custodian. The qualitative research showed that the direct influence of media on delinquent behaviour of youth seems to be questionable, but the image shown in media might support delinquent behaviour in persons with higher risk of such behaviour.

The Thesis should particularly contribute to accessibility or also extension of the information on the possible influence of media on individuals or the society as a whole in relation to young people who have committed an offence. The research results may also serve as a base for further wider research.

Prohlášení

Prohlašuji, že svoji diplomovou práci na téma „Média a jejich vliv na delikventní chování dětí a mladistvých“, jsem vypracovala samostatně pouze s použitím pramenů a literatury uvedených v seznamu citované literatury.

Prohlašuji, že v souladu s § 47b zákona č. 111/1998 Sb., v platném znění souhlasím se zveřejněním své diplomové práce, a to v nezkrácené podobě, elektronickou cestou ve veřejně přístupné části databáze STAG provozované Jihočeskou univerzitou v Českých Budějovicích na jejích internetových stránkách, a to se zachováním mého autorského práva k odevzdávanému textu této kvalifikační práce. Souhlasím dále s tím, aby toutéž elektronickou cestou byly v souladu s uvedeným ustanovením zákona č. 111/1998 Sb., v platném znění zveřejněny posudky školitelů a oponentů práce i záznam o průběhu a výsledku obhajoby kvalifikační práce. Rovněž souhlasím s porovnáním textu mé kvalifikační práce s databází kvalifikačních prací Theses.cz provozovanou Národním registrem vysokoškolských kvalifikačních prací a systémem na odhalování plagiátů.

V Českých Budějovicích dne 16.8.2010

.....

Bc. Veronika Janouchová

Poděkování

Touto cestou bych chtěla vyjádřit poděkování JUDr. Milanu Kučerovi, Ph.D. za vedení diplomové práce a poskytnuté rady při její tvorbě. Poděkování patří také lidem, kteří byli ochotni zúčastnit se výzkumu, či byli ochotni pomoci při jeho realizaci.

OBSAH:

ÚVOD	7
1. SOUČASNÝ STAV	8
1.1 Vymezení základních pojmů	8
1.1.1 Média, masová komunikace, mediální produkt	8
1.1.2 Dítě, mladistvý, mládež	9
1.1.3 Sociálně patologický jev, delikvence, kriminalita	10
1.2 Média v současné společnosti a jejich vývoj	12
1.2.1 Vznik tisku a periodicky vydávaného tisku	12
1.2.2 Nástup a rozvoj vysílacích médií	13
1.2.3 Rozmach digitálních médií	15
1.3 Funkce médií	17
1.3.1 Informační funkce	17
1.3.2 Sociální funkce	18
1.3.3 Kulturní funkce	18
1.3.4 Politická funkce	19
1.3.5 Zábavní funkce	19
1.4 Základní znaky mediovaných obsahů	20
1.4.1 Opakování motivů	20
1.4.2 Stereotypy	21
1.4.3 Faktičnost a fiktivnost	21
1.4.4 Problém objektivity	22
1.4.5 Vyváženost a předpojatost	22
1.5 Působení médií	23
1.5.1 Vliv, účinek a dopad médií	23
1.5.2 Vliv zobrazovaného násilí a nevhodných obsahů	24
1.5.3 Vliv reklamy	26
1.6 Legislativa a orgány upravující činnost médií	27
1.7 Mediální výchova	29

1.8	Analýza delikvence dětí a mladistvých	30
1.8.1	Specifické prvky delikvence dětí a mladistvých	30
1.8.2	Motivace delikventního jednání	31
1.9	Faktory ovlivňující delikventní chování dětí a mladistvých	32
1.9.1	Endogenní příčiny delikvence	32
1.9.1.1	Dědičné dispozice	32
1.9.1.2	Vrozené osobnostní dispozice	33
1.9.2	Exogenní příčiny delikvence	34
1.9.2.1	Rodina	34
1.9.2.2	Škola	35
1.9.2.3	Vrstevnické party a jiné negativní vlivy	36
1.9.2.4	Média	36
1.10	Činnost kurátora pro mládež	37
2.	CÍLE PRÁCE	38
2.1	Cíl práce	38
2.2	Výzkumné otázky	38
3.	METODIKA	39
3.1	Metodický postup	39
3.2	Charakteristika zkoumaného souboru	40
4.	VÝSLEDKY	41
4.1	Odpovědi dětí a mladistvých evidovaných kurátorem pro mládež	41
4.2	Odpovědi dětského klinického psychologa, pracovníka PMS ČR a kurátorů pro mládež	84
4.3	Kasuistika klienta vedeného kurátorem pro mládež	101
5.	DISKUSE	104
6.	ZÁVĚR	121
7.	KLÍČOVÁ SLOVA	123
8.	SEZNAM POUŽITÝCH ZDROJŮ	124
9.	PŘÍLOHY	130

ÚVOD

Zájem odborné i laické veřejnosti o fungování médií, snaha zákonodárců o regulaci mediální komunikace, stejně jako nakupování reklamní plochy a vysílacího času inzerenty či boj občanů proti nadměrnému násilí a samoučelnému zobrazování sexu v médiích, to vše je založeno na přesvědčení, že média mají významný dopad na jednotlivce i na společnost, že mají jakýsi významný a identifikovatelný vliv, resp. řadu možných vlivů.

Představy o tom, co všechno lze chápat jako důsledek působení médií, tvoří širokou oblast empirického poznání, teoretického myšlení, úvah a spekulací. Značně citlivým se téma médií stává především ve spojení s jejich vlivem na děti a mladistvé. Jednou z oblastí, která je velmi často zmiňována v souvislosti s působením médií, je problematika delikventního chování dětí a mladistvých. Z toho důvodu je přínosné se hlouběji zabývat propojením těchto dvou oblastí a získat podrobnější informace o možném vlivu médií na delikventní chování dětí a mladistvých. To je také hlavním cílem předkládané diplomové práce.

Teoretická část práce se věnuje důležitým tématům z oblasti médií, jejich funkcí a působení, dále se zaměřuje na problematiku delikventního chování dětí a mladistvých.

Teoretické podklady byly poté využity ve výzkumné části práce. K získání informací týkajících se vlivu médií na děti a mladistvé, kteří se dopustili delikventního jednání, byla oslovena skupina dětí a mladistvých evidovaných kurátorem pro mládež. K vytěžení komplexních informací byli dále osloveni odborníci zabývající se problematikou delikventního chování dětí a mladistvých. Pro dokreslení situace byla navíc z dokumentace vedené kurátorem pro mládež vytvořena kasuistika doplňující danou problematiku.

K volbě tématu diplomové práce vedlo autorku přesvědčení, že tato oblast je v dnešní pozdně moderní společnosti velmi aktuální, navíc vzhledem k povolání kurátora pro mládež, které v současné době vykonává, se jí profesně dotýká a zpracování daného tématu je tak přínosem v oblasti jejího působení.

1. SOUČASNÝ STAV

1.1 Vymezení základních pojmů

Aby bylo možné zaměřit se na analýzu vlivu médií na delikventní chování dětí a mladistvých, je nutné nejprve teoreticky vymezit některé základní pojmy týkající se této oblasti.

1.1.1 Média, masová komunikace, mediální produkt

Výraz *médium* pochází z latinského slova „*medium*“, což znamená prostředek, prostředníka, to co zprostředkovává děj (51). Obory zabývající se sociální komunikací označují tímto pojmem „*to, co zprostředkovává někomu nějaké sdělení, jedná se tedy o médium komunikační (23).*“

Další významný pojem současnosti představují *masová média*. Ta jsou součástí a iniciátorem svérázné, celospolečenské, historickým vývojem podmíněné komunikační aktivity člověka a představují svébytnou oblast sociální komunikace (24). Pojmem masová média bývají označována ta média, která:

- nabízejí aktuální obsahy (sdělení) určené prvotně ke krátkodobému užití
- obsahy jsou produkovány formálními organizacemi, které užívají vyspělé technologie sloužící k multiplikaci vyrobeného dělení a jeho distribuci
- obsahy jsou šířeny k masovému, rozptýlenému a anonymnímu publiku
- obsahy jsou distribuovány veřejně (bez omezení přístupu), jednosměrně a nepřímou, s určitou průběžnou periodicitou produkce (32).

Termín masová média zpravidla zahrnuje *periodický tisk* (noviny, časopisy určené široké veřejnosti), *rozhlasové a televizní vysílání* a nyní stále častěji také *veřejná sdělení na internetu*, ať již mají povahu výstupu výrobní organizace (např. zpravodajské portály), akumulace uživatelských příspěvků (servery typu YouTube), individuálních počínů (např. autorské blogy), popř. kontaktních sebeprezentačních nástěnek (typu Facebook) (24). K tomuto výrazu existuje i český ekvivalent, kterým jsou masová média označována jako *hromadné sdělovací prostředky* či *prostředky masové komunikace (48).*“

Jako *mediální komunikace* je chápána každá sociálně – komunikační aktivita, na jejíž realizaci se podílejí (nebo ji přímo iniciují) jakákoli tištěná, vysílací či síťová média (24). Od poloviny devadesátých let 20. stol. se však začíná užívat termín *masová komunikace*, který se terminologicky odlišuje od pojmu mediální komunikace (51). Pojem „*masový*“ zde odkazuje k velkému počtu, rozsahu či množství (ať již lidí nebo produktů), zatímco pojem „*komunikace*“ označuje předávání a přebírání významů, vysílání a přijímání sdělení (39). Za masovou komunikaci je tedy považována taková mediální komunikace, na níž se podílejí (nebo ji iniciují) masová média (24).

Nejdůležitějším projevem masové komunikace je soubor „výrobků“ označovaných jako tzv. *mediální produkty*. Tento velmi obecný pojem představuje „*to, co je uživateli nabídnuto jako jednorázově zveřejněný či opakovaně zveřejňovaný celek, popř. součástí tohoto celku, pokud jsou identifikovatelné.*“ Mediálním produktem tak může být např. natočený film nabídnutý do distribuce, televizní pořad, číslo novin nebo časopisu, vydaný kompaktní disk apod. (23).

Obsah mediálního produktu je pak charakterizován jako „úplný kvantitativní a kvalitativní rejstřík verbálních i vizuálních informací distribuovaných masovými médii – tedy všechno, co se v nich objevuje (23).“

1.1.2 Dítě, mladistvý, mládež

Dítě je definováno především Úmluvou o právech dítěte, podle které se „*dítětem rozumí každá lidská bytost mladší osmnácti let, pokud podle právního řádu, jenž se na dítě vztahuje, není zletilosti dosaženo dříve.*“ K této Úmluvě se v roce 1991 přihlásila Česká a Slovenská federativní republika a po jejím rozpadu ji přijala i Česká republika (66).

Autorka bude ve své práci využívat terminologii ustanovenou v zákoně č. 218/2003, Sb., o odpovědnosti mládeže za protiprávní činy a o soudnictví ve věcech mládeže a o změně některých zákonů ve znění pozdějších předpisů (dále jen zákon o soudnictví ve věcech mládeže), který ustanovuje pojem *dítě mladší patnácti let*. „*Takovým dítětem je ten, kdo v době spáchání činu jinak trestného nedovrší patnáctý rok věku.*“ Na tuto definici zákon o soudnictví ve věcech mládeže dále navazuje a uvádí, že „*dítě mladší*

patnácti let není trestně odpovědné (18).“ Hranice patnácti let je obecně považována za takový věk, ve kterém dítě dosáhlo určité rozumové a mravní vyspělosti a je schopno uvědomit si protiprávnost svého jednání (55).

Vedle tohoto věkového rozdělení existují i další specifické termíny pro kategorie dětí. Jedná se např. o skupinu *„dětí předškolního věku, mladšího školního věku a staršího školního věku (44).*“

Mladistvý je podle zák. č. 218/2003 Sb., o soudnictví ve věcech mládeže definován jako *„ten, kdo v době spáchání provinění dovršil patnáctý rok a nepřekročil osmnáctý rok svého věku (55).*“ Mladistvý je tedy trestně odpovědný od 15 let věku, avšak podle zákona o soudnictví ve věcech mládeže *„mladistvý, který v době spáchání činu nedosáhl takové rozumové a mravní vyspělosti, aby mohl rozpoznat jeho nebezpečnost pro společnost nebo ovládat své jednání, není za tento čin trestně odpovědný (61).*“

Pojem **mládež** je nadřazeným pojmem pro dvě výše zmíněné věkové skupiny, a to pro *„dětí mladší patnácti let a mladistvé“*. Toto dělení je významné pro určení, v jakém systému odpovědnosti budou tyto osoby posuzovány a jaké budou následky jejich protiprávních jednání (18).

V odborné literatuře je používán také pojem *nezletilý*, kterým se rozumí osoby pro nedostatek věku trestně neodpovědné. Tento termín je však lépe neužívat, neboť například v občanském právu se jím chápe osoba od narození do 18. roku věku, pokud nenabyla zletilosti dříve - například manželstvím (31).

1.1.3 Sociálně patologický jev, delikventní chování, kriminalita

Jako **sociálně patologický jev** chápeme obecně *„takové chování jedince, které je charakteristické především nezdravým životním stylem, nedodržováním nebo porušováním sociálních norem, zákonů, předpisů a etických hodnot a dále také chování a jednání, které vede k poškozování jedince i jeho prostředí (47).*“ Sociálně patologické jevy jsou chápány jako nejširší pojem, neboť výskyt těchto jevů nemusí být regulován trestním právem, nicméně s ním úzce souvisí, kriminalitě a delikvenci často předcházejí nebo ji podmiňují (31). Mezi tuto kategorii jevů patří např. násilí a šikanování,

záškoláctví, užívání návykových látek (drogové závislosti), netholismus (virtuální drogy), patologické hráčství (gambling), apod. (47).

S delikvencí úzce souvisí **predelikventní chování**, které je charakterizováno jako „*chování, z něhož se s vyšší pravděpodobností než z jiných typů chování může vyvinout trestná činnost.*“ Jedná se např. o útěky z domova, agresivní napadání spolužáků apod. (38).

Samotný pojem **delikventní chování** či **delikvence** (z lat. *Delinquere = provinit se*) (10) označuje „*všechny typy jednání, jež porušují sociální normy chráněné právními předpisy včetně přestupků*“ (37). Jiní autoři delikventní chování označují jako antisociální chování, které může, ale nemusí být spojováno s právními důsledky. Tímto se míní mírnější forma porušení mravních nebo právních norem, které mohou být epizodické i opakující se povahy, nebo mohou být označením pro delikventní způsob života s různou intenzitou těchto projevů, charakteristické pro mladší věkovou skupinu, tzn. děti a mladistvé (64).

Jako **dětská delikvence** je v odborné speciálně pedagogické literatuře označována delikvence dětí do 15 let, někdy též nazývaná prekriminální a jako **juvenilní delikvence** je chápána delikvence mladistvých mezi 15. a 18. rokem (38).

Kriminalita neboli zločinnost je pak chápána jako „*výskyt trestného chování, který je vyjádřený souhrnem trestných činů spáchaných ve společnosti.*“ Pojem je vymezen platným trestním právem, který stanoví, jaké protispolečenské chování se vzhledem ke své nebezpečnosti považuje za trestný čin (19).

1.2 Média v současné společnosti a jejich vývoj

Postavení médií ve společnosti je vždy závislé na kvalitě její kultury a jejích hodnotových soustavách, v jejichž rámci probíhá mezilidská komunikace. Nejobecněji řečeno mohou média ve společnosti potvrzovat stávající a uznávané společenské hodnoty (mít tedy roli stabilizující), mohou za jistých okolností působit destruktivně proti těmto hodnotám, anebo je pomáhají přetvářet či prosazovat a tvořit zcela nové. Velmi také závisí na tom, jaké chování médiím přisuzuje příslušná společenská kultura, protože toto hodnocení vnímají média jako podnět k zaměření svého působení (22).

U vývoje masové komunikace je možné nalézt rozlišitelné etapy podle použité technologie nebo podle významných společenských rysů (příp. kombinací obojího). Jen těžko však můžeme navrhnout nějakou univerzální periodizaci, neboť modernizační proces měl a má svá specifika (24). S vědomím tohoto omezení lze nazírat na periodizaci vývoje médií například tak, jak je uvedeno v následujícím textu.

1.2.1 Vznik tisku a periodicky vydávaného tisku

Tištěná média představují nejstarší prostředky masové komunikace (48). Za klíčový jev období tisku je třeba považovat důsledky Gutenbergova vynálezu knihtiskařského lisu v polovině 15. století v Německu (24). Převratnost vynálezu knihtisku spočívala především v tom, že byl objeven základní princip mechanické reprodukce formálně a obsahově identických textových nebo obrazových sdělení, a to díky vyměnitelným písmenům snadno obměnitelný (20).

Na počátku 17. století se začínají objevovat *tištěné noviny*, které vycházely s nízkou, ale přece jen zjevnou periodicitou (24). Z hlediska publicistiky jsou noviny v současnosti základním médiem. Jsou to „*periodické tiskoviny vycházející v krátkých intervalech, jejichž hlavním účelem je zprostředkování aktuálních zpráv z nejrůznějších oblastí, především z politiky, hospodářství, zábavy, kultury, společnosti a sportu.*“ Druhá polovina 17. století byla také dobou, kdy došlo k postupné diferenciaci tisku a vznikl nový druh tištěných médií – *časopis*. Počátky tohoto rozvoje se zpravidla spojují

s vědeckými časopisy a jsou zasazovány do Francie a Anglie (24). Tisk byl prvním skutečně masovým médiem, které se rozvíjelo se stále větší rychlostí zhruba od první třetiny 19. století. Dnes se noviny a časopisy vyznačují svojí rozmanitostí a mnohostranností svého obsahu a pravidelností svého vycházení (23).

1.2.2 Nástup a rozvoj vysílacích médií

V období 20. století byl ve vývoji médií zaznamenán nástup a rozvoj nejprve auditivních (rozhlas), později audiovizuálních médií (televize) a s tím spojené proměny tištěných médií. Došlo také k tomu, že se mediální produkce stala nedílnou součástí každodenního života obrovského množství lidí, kteří mediální produkty začali stále více považovat za součást své kultury (24).

Jako první se v našich podmínkách začalo vyvíjet vysílání pomocí rozhlasu. Stejně jako později televize je i **rozhlas** založen na principu centrálního vysílání, které je určeno lidem v dosahu působení rozhlasového či televizního přijímače. Novinka spočívá v tom, že zástupci veřejnosti mohou v týž okamžik přijímat sdělení o událostech nebo dějích právě probíhajících. Od počátku vysílání rozhlasu, kdy byl program velmi jednoduchý a převažovaly v něm osvětové přednášky a reprodukce vážné hudby, je možné sledovat zejména od třicátých let 20. století rychlý nárůst žánrové pestrosti. Do obsahu vysílání stále více pronikala populárnější a lidovější zábava a zpravodajství jako hlavní poutače zájmu obecnosti. Situace rozhlasového vysílání je v současné České republice od devadesátých let 20. století dána především rozdělením rozhlasového vysílání, stejně jako televizního, na veřejnoprávní a soukromé (25).

Mezi průkopníky audiovizuálních médií patří bezesporu **film** (48). Brzy po vstupu filmu do světa médií se přišlo na to, že výborně umožňuje předvádět částečnou nebo úplnou fikci a práce s trikovými kouzly se stala pro film příznačná. Je možné konstatovat, že triková technika vyzrála v průběhu vývoje filmu k takové dokonalosti, že dnes je pomocí digitálních postupů možné vytvořit prakticky jakoukoli představu lidské fantazie (27).

Postupem času se však začala rýsovat dvojkolejnost vývoje filmu a jeho společenského postavení. Na jedné straně se film postupem času ustavoval jako umělecký projev se snahou o estetickou a myšlenkovou originalitu a hloubku, na druhé straně se film stával zábavou vyhledávanou širokými a méně vzdělanými vrstvami. Ve dvacátých letech 20. století se film stal (zvláště v USA) skutečně masovým médiem - oslovoval velmi početná obecnstva, nabízel jim srozumitelné, jednoduché, vzrušující, dojemné nebo zábavné příběhy. Hlavní funkcí filmu byla od jeho počátků zábava, a proto největší krizi filmu přivodilo rozšíření konkurenčního média - televize - v padesátých letech 20. století. Přesto se film uplatnil i vedle těchto médií a dále se rozvíjel v těch směrech, které televize nabídnout nemůže, především v kvalitě zpracování a nových možnostech projekce. Došlo také k logickému organizačnímu propojení těchto dvou audiovizuálních médií (27).

Výše zmíněné masové rozšíření *televize* (od čtyřicátých let 20. století v USA a od padesátých let v Evropě) představovalo svým způsobem významný posun ve vývoji masových médií. Televizí se dostala masová média přímo do domácností - do intimního prostředí rodiny. První pravidelné vysílání bylo zahájeno ve Velké Británii, kde začala v roce 1936 vysílat BBC jako první stanice na světě. V Československu byla televize poprvé veřejně předvedena v roce 1948 v Praze na Mezinárodní výstavě rozhlasu (MEVRO), ale až v roce 1954 došlo v ČSSR k pravidelnému televiznímu vysílání (26). Nyní se televizní vysílání dělí podle subjektů na veřejnoprávní a komerční. Komerční televize je podnikatelský subjekt, využívá médií k co nejvyšším ziskům. Je součástí masové kultury a zábavy, odráží preference masového diváka, tzn. asi 70% populace. Veřejnoprávní televize má sloužit jako instituce dbající o kulturní a národní identitu, její vysílání je umožněno na celém území a snaží se zaměřit na každého diváka. Není zde pro zisk, má být nezávislá a měla by poskytovat objektivní, všestranné informace (23).

Z hlediska diváckého zájmu televize byla a je vskutku nebývale masovým médiem, a proto jsou vyvolávány obavy z jejích možných účinků na hodnoty a život jednotlivce (26).

V současné době, i přesto že televize nadále zůstává silným masovým médiem, její postavení stále více oslabuje nástup nových technologií. Díky nárůstu počtu dostupných

stanic, rozvoji videozáznamu či webcastingu (vysílání televizního signálu po internetu) došlo k oslabení aspektu masovosti televize jako média a to tím, že lidé sledují více různých programů a potenciální působení na publikum je tak rozdrobené (26). Je také patrné, jak se televize v procesu sblížení informatiky, telekomunikací a audiovizuálních systémů postupně mění. Už není výhradně přijímačem, ale nutným doplňkem např. videopřehrávače, přehrávače DVD, elektronických her, apod. (48).

1.2.3 Rozmach digitálních médií

Pro současnou dobu je charakteristické rychlé šíření a všestranné využívání „*nových médií*“, označovaných také jako tzv. **multimédia**. Jedná se o „*specifické nosiče textových, zvukových, obrazových informací, které umožňují uživateli interaktivně zasahovat do informačních systémů.*“ Interaktivní prostředí pomáhá využívat texty, zvuky, animace či videa a nakládat s nimi. Z oblasti multimédií je nejčastěji využíván internet, technologie mobilních telefonů, počítačové hry a CD /DVD přehrávání (48).

Jednou z dostupných aktivit, které působí v počítačových sítích je **internet**. Internet nemá žádného konkrétního vlastníka, není spravován jednotnou organizací, nemá jednoznačně danou strukturu, ani není významně regulován. Základní myšlenka internetu vznikla v americkém ministerstvu obrany v polovině šedesátých let 20. století v době války jako výsledek snahy utajit a ochránit jeho informační systém. Druhým zdrojem byly akademické vědecké instituce potřebující rychle přenášet velké množství informací mezi sebou a členy svých vědeckých týmů. Internet je pozoruhodné nefyzikální prostředí (někdy se o něm hovoří jako o prostředí technologickém, resp. o kyberprostoru), v němž se děje celá řada aktivit. Některé jsou soukromé povahy, například *e-mailová pošta*, popřípadě skupinové povahy jako nejrůznější *chaty a konference* (24). Může se jednat také například o nově vznikající *sociální sítě* charakterizované jako „*společenský prostor na internetu, který umožňuje uživatelům založit vlastní profil a komunikovat s ostatními uživateli*“ (48).“ Současně se ale v internetovém prostředí objevují produkty, které jsou určeny k užívání širokému publiku - prakticky každému, kdo má k internetu přístup (21). Dosud nejpoblárnější a nejvíce využívanou službou tohoto druhu na internetu je *služba WWW* (odvozeno od anglického

originálu World Wide Web) nabízející kombinaci textu, grafiky a multimédií propojených hypertextovými odkazy (48).

Významnou vlastností komunikace pomocí těchto nových médií je ohromná rychlost, informační dostupnost, možnost jednoduchého předávání dat a větší stupeň interaktivity, tedy možnost příjemce aktivněji se podílet na podobě mediálního produktu nebo na výběru z nabídky a větší schopnost produktu reagovat na požadavky uživatele (21).

Přelom 20. a 21. století se odehrával ve znamení nástupu a rozvoje internetových médií, což mimo jiné vedlo k oslabení pozice médií „tradičních“, především periodického tisku a rozhlasu, došlo i ke změně podoby televizního vysílání. Po počáteční vlně nadšení z nových komunikačních možností nastalo vystřízlivění motivované vzrůstajícím výskytem sociopatologického chování umožňovaného internetem (24).

Počítač je možné využít mimo jiné také ke spouštění různých programů, např. *počítačových her*. Ty jsou atraktivní nejen stejnými prostředky jako audiovizuální média, ale navíc nabízejí možnost do děje zasahovat. Počítačové hry jsou fenoménem převážně posledních let vyvíjející se s rozvojem technologií v oblasti výpočetní techniky. První vytvářené počítačové hry byly vesměs logického charakteru, zaměřené na nějakou atraktivní formu interaktivní výuky nebo na zlepšování postřehu či myšlení. V této době o realismu her nemohla být ani řeč. Nové technologie však s sebou přináší nové možnosti zpracování, přibližující se dokonalé iluzi reálného světa přenesené na obrazovky počítačů. Ať už jde o převratné metody v grafickém zpracování, zobrazení, či dokonalém fyzikálním modelu skutečného světa, nebo možností interakce přibližující se ke krajním mezím lidské představitivosti. Každá další generace hráčů je náročnější než předchozí. Nové možnosti zpracování s sebou také přináší nová herní témata, která jsou, možná více než kdy před tím, závislá na co nejrealističtějším ztvárnění (50).

V této uměle vytvořené realitě, tzv. virtuální realitě, jsme tak více vtaženi do děje, protože způsob provedení nás ještě více odtrhuje od okolního prostředí. Pomocí této virtuální reality se učíme jednat, tyto zkušenosti fixujeme a při krizové situaci je velká pravděpodobnost, že tyto zkušenosti využijeme (32).

1.3 Funkce médií

Pokud je záměrem této práce zjistit co a jak média činí, je nutné se nejprve zaměřit na to, co a jak by měla činit, tedy jejich funkce. V současné odborné literatuře zabývající se masmediální problematikou vyčleňujeme 5 základních funkcí masmédií (4). Na podloží těchto základních funkcí však mohou být specifikovány i další funkce, které svým zaměřením původní funkce rozšiřují (30).

1.3.1 Informační funkce

Přenos informací je primární funkcí médií a masové komunikace (48). Média prostřednictvím informací a obsahů prezentují, resp. propagují určitá konkrétní data, sdělení, zprávy, události, atd. V tomto případě média předávají určitým způsobem (obrazem, zvukem, slovy, symboly apod.) adresátovi zprávu, jež může ovlivňovat jeho vědomí, názory a postoje (30). V rámci informační funkce médií můžeme vyčlenit ještě tyto následující podskupiny:

- A) *Hodnotová funkce*: Média reprezentují informace přenášené hromadnými sdělovacími prostředky určitou duchovní hodnotu. Tato funkce se současně projevuje i jako specifická *funkce hodnotící*, kdy způsobem zpracování, formální podobou a prezentací určitého sdělovaného obsahu masmédiá vždy „podávají zprávu“ i o svém hodnotícím postoji.
- B) *Kognitivní (poznávací) funkce*: Podstatu tvoří zprostředkovávání informací. Díky tomu jsou masmédiá schopna postihnout realitu v jejích nejsložitějších vztazích a zachytit ji velice komplexně. Tím se tato funkce posouvá do těsné blízkosti funkce vzdělávací.
- C) *Vzdělávací funkce*: Masmédia nutí člověka k zamyšlení a fiktivní spoluúčasti na řešení prezentovaných problémů, ale také objevují a otevírají nové dimenze vnímání okolního světa.
- D) *Komunikativní (intermediární) funkce*: Média mají schopnost uskutečňovat spojení mezi určitou skutečností, událostí, stavem nebo situací (či zprávou o

ní) na straně jedné a recipientem (příjemcem) jako adresátem sdělení na straně druhé (30).

1.3.2 Sociální funkce

Sociální funkce médií se projevuje v poskytování příkladů života společnosti, jejího jednání a interakci společenských skupin. Tyto příklady napomáhají k socializaci jedince a mohou sloužit jako návod k výkladu vztahů mezi jednotlivými událostmi. Tato funkce se může stát nebezpečnou zejména tím, že média předkládají příklady jednání, ovlivňují chování lidí a nabízejí modely cíleného životního stylu, který je zvolen samotnými médii, ne společností (4). V této kategorii lze nalézt ještě tyto podskupiny:

- A) *Integrační funkce*: Tato funkce se uplatňuje v rodinném prostředí prostřednictvím společných zážitků členů rodiny při trávení času spolu s různými typy médií, kdy dochází k upevnění vědomí jejich duchovní a sociální sounáležitosti. Významným scelujícím prvkem jsou kromě prožitků i pocity sociální solidarity, které pak pomáhají upevnit vyšší estetické záliby, normy a ideály.
- B) *Stimulační funkce*: Sdělovací prostředky v sobě zahrnují také mocný potenciál stimulační, kdy kultivují – stejně jako esteticky cenné podněty smyslové a citové – i senzibilitu, fantazii a imaginaci svých adresátů (30).

1.3.3 Kulturní funkce

Pojem kultura vykazuje v současnosti velký významový rozptyl, pro účely této práce však zahrnuje všechny vzorce chování členů určité společnosti a systém hmotných a duchovních statků – tedy vše, co určuje typ dané pospolitosti. Masmédia, která jsou též součástí kultury, ve své kulturní funkci učí adresáta přejímat způsoby chování a jednání, které jsou pro určité sociální nebo etnické skupiny charakteristické, učí ho sdílet a ctít jejich hodnoty, tradice, rituály a normy. Ukazují mu nové možnosti v nazírání na život a svět, a stávají se tak nejen součástí kultury samotné, ale i důležitým kulturotvorným činitelem (30). V rámci kulturní funkce lze vyčlenit ještě tyto následující podskupiny:

- A) *Formativní funkce*: Na základě určitého modelu člověka a světa, který masmédiá vytvořila v představách svých adresátů, dosáhnou toho, že se příjemce do modelu vžije a cítí tak, že konfrontuje prožitky jiných s prožitky svými a otevírá se jejich vlivu.
- B) *Manipulativní funkce*: Pozitivně se projevuje především v tom, že média svým působením společnost aktivizují a nebyvalou měrou zpřístupňují komukoli a kdykoli všechny hodnoty. Avšak právě v této bezbřehosti (mnohdy stereotypní) nabídce je skrytá možnost manipulace s adresátem, které lze individuálně (ale i společensky) jen obtížně čelit. Negativní působení médií je spatřováno především v systematickém heteronomním ovlivňování adresátů, kterým je sledován určitý propagandistický (politický) nebo reklamní cíl (30).

1.3.4 Politická funkce

Politická funkce médií spočívá v poskytování představ o politických událostech, tématech a aktivitách. Média takto poskytují iluzi, že sami příjemci se podílejí na politickém procesu. Politické funkce médií jsou snadno zneužitelné a úzce souvisejí s funkcí manipulativní (4).

1.3.5 Zábavní funkce

Zábavní funkce médií je spojována především s příchodem masové komunikace a klade si za cíl poskytnout publiku zábavu, rozptýlení a vzrušení (48). Problém této funkce médií je však zobrazování jednoduchých, stereotypních a někdy laciných prostředků masové komunikace, které z adresátů vytvářejí pouze pasivní příjemce umělé zábavy velmi nízké hodnoty (30). V rámci zábavní funkce můžeme rozdělit tyto podskupiny:

- A) *Relaxační funkce*: Média představují nástroj rehabilitace a relaxace, kdy zbavují adresáta psychického napětí a umožňují mu, aby se uvolnil a získal duševní rovnováhu.
- B) *Asociativně nesolitární funkce*: V tomto případě se jedná především o schopnost médií usnadnit kontakt se světem a se společenským děním. Nejvýrazněji se tato

funkce projevuje ve velkých městských aglomeracích, kde paradoxně ubývá smysluplných a funkčních společenských styků, navázané kontakty jsou mělké a povrchní, protože lidé žijící v postmoderní společnosti ztrácejí pocit sounáležitosti a pospolitosti.

- C) *Hédonistická funkce*: Tato funkce je často opomíjena, ale děje se tak neprávem, jelikož právě díky schopnosti médií provokovat estetický požitek a rozkoš je k nim adresát znovu přitahován a je v něm podporována potřeba dalších setkání s nimi. Mimořádnou mocí poskytovat hodnotné požitky disponují ty komunikační prostředky, které mohou oslovit svého adresáta v čase jeho vhodného emocionálního rozpoložení. Tato média jsou pak schopna vystupňovat adresátův pocit radosti a nadšení až k nejvyššímu stupni (30).

Při výčtu představ o skutečných funkcích médií je důležité myslet také na jejich případnou dysfunkci, což znamená nenaplnění původních názorů na funkce médií, jejich selhání v příslušné oblasti (48).

1.4 Základní znaky mediovaných obsahů

U všech mediovaných obsahů produkovaných televizí, tiskem, multimédií či jinými druhy médií je možné nalézt některé shodné rysy. S ohledem na účel této práce bude další kapitola zaměřena zejména na ty znaky, které jsou podstatné ve vztahu ovlivnění svých diváků, posluchačů či čtenářů (4).

1.4.1 Opakování motivů

Opakováním týchž motivů či týchž způsobů zpracování určitého tématu se může ustálit představa, že takové zpracování odpovídá skutečnosti, že je jejím „odrazem“ a že se mimomediální skutečnost dá tímto způsobem poznat. Takový opakující se obsahový vzorec se může velmi významně podílet na formování veřejného povědomí (zvláště pokud se v tomto podvědomí neměla možnost vytvořit představa na základě podnětů z jiného zdroje), a dát tak příslušnému zobrazení vysoký společenský kredit. To pak znamená, že každý produkt, který bude toto sdělení obsahovat, má velkou naději na to,

že bude přijat jako platný. Důsledkem opakování se stává stereotypní myšlení o opakovaném tématu a prezentované prvky tak podléhají automatizaci příjmu (4).

1.4.2 Stereotypy

Pro všechny reprezentace sociální skutečnosti – tedy pro mediovaná sdělení – platí, že mohou vyjadřovat různé obecnější soudy, představy, hodnoty, předsudky apod., které jsou součástí dané společnosti či kultury. Takové hodnotící soudy ve vědomí, které jsou stabilní a spojené s pocitem stability a obecné platnosti, se označují jako stereotypy (4). Jejich obecná platnost z nich činí „*sociální mechanismus, regulující vnímání a hodnocení určitých skupin jevů, ovlivňující názory, mínění, postoje a chování*“ (62).“ Stereotypy jsou důležitým prvkem v konstrukci reality a mohou sloužit i jako zkrácená cesta k určitému významu v životě (4). Proces stereotypizace zahrnuje především určování zobecněných kategorií skupin lidí a přisuzování zobecněných, nediferenciovaných charakteristik jednotlivým příslušníkům těchto skupin. Zvláště národní, etnické, třídní a genderové stereotypy a stereotypy týkající se sociálně patologických skupin vytvářené dominující většinou ve společnosti jsou velmi silné (24).

1.4.3 Faktičnost a fiktivnost

Součástí vytváření významu v procesu mediální komunikace je i to, do jaké míry je publikum schopno (a ochotno) rozeznat, co se mu předvádí jako součást jemu známé skutečnosti a ztotožnit se s tím – akceptovat to jako „reálné“ či „pravdivé“. Tento aspekt mediálních produktů je zvláště významný proto, že v mediální produkci se mísí produkty, které deklaratorně odkazují k mimomediální skutečnosti a mají status *faktu* (např. zpravodajství, publicistika, dokumenty), s produkty, které jsou deklaratorně výsledkem autorského počínu a mají status *fikce* (hrané filmy, seriály, povídky apod.) Publikum předpokládá, že to, co vidí, čte či slyší má nějakou souvislost se světem, v němž žije, a že tato souvislost odpovídá konstrukci reality, tedy tomu jak svět vnímá. Produkty založené na fakticitě (a z ní plynoucí potenciální věrohodnosti) se projevují především v rovině autenticity, věcné přesnosti a věcné správnosti. Faktičnost těchto

produktů je však v mnohém iluzorní a dochází tak k rozostřování hranice mezi faktickými (ve smyslu věcnými) a fiktivními (ve smyslu založenými na smyšlence) mediálními produkty. Tento jev je pravděpodobně vyvolán z největší míry komercializací mediální produkce a snahou o zajištění návratnosti investic a maximalizaci zisku. Je totiž zřejmé, že popisovanou tendenci rozvíjejí především komerční média, zvláště televize (24).

1.4.4 Problém objektivita

Ve vztahu k médiím (a především ke zpravodajství) představuje objektivita komunikační normu upravující jeden z projevů mediální komunikace. Média nabízejí relativně ucelenou představu o světě, hodnotách a představách – tzv. mediální realitu a jedním z pravidel, zajišťujících uspořádání této reality, je právě požadavek objektivita. Objektivitou se rozumí „*zvláštní forma mediální činnosti a zvláštní postoj k úloze shromažďovat, zpracovávat a rozšiřovat informace.*“ Jedná se tedy řemeslné praktiky vedoucí k tomu, aby se potlačila nevyhnutelná a zákonitá subjektivita zpravodajství – aby zpravodajství bylo věcně co nejpřesnější, nejúplnější, aby podávané informace byly závažné a aby bylo pokud možno neutrální (23).

1.4.5 Vyváženost a předpojatost

Významným problémem analýzy mediovaných obsahů je zkoumání postojové, resp. ideologické inklinace média k předem hotovému postoji. Vyvážeností se v mediální praxi rozumí požadavek neprezentovat události pouze z perspektivy jednoho z účastníků, obecně lze však tento pojem chápat jako cílevědomé „vyvažování“ nejrůznějších předpojatostí, k nimž mají média jako společenské instituce nesoucí hodnoty společnosti, v níž působí, sklon. Ideologická inklinace médií, tedy jejich předpojatost, k předem hotovému postoji se nejčastěji v médiích projevuje např. jako opakující se zkreslování reality, negativní zpracování nejrůznějších menšin, přehlížení či nesprávná interpretace role žen ve společnosti nebo preferování politické strany či směru (23)

1.5 Působení médií

Zatímco o skutečnosti, že média představují významný faktor spoluutvářející život ve společnosti, není vcelku sporu, nikdy nepanovala a dodnes zdaleka nepanuje jednota v tom, čím vlastně média mohou ovlivňovat jednotlivce i společnost a jaké povahy je toto jejich působení. Je to dáno nejen rozdílným pohledem na média a mediální komunikaci, ale zejména veskrze společenskou povahou mediální komunikace a tím, že se jedná o neustále se rozvíjející a proměňující systém s vnitřní dynamikou vývoje (23).

1.5.1. Vliv, účinek a dopad médií

V anglosaské literatuře týkající se působení médií se jen s nepatrnými významovými rozdíly používají pojmy *impact* (*dopad*), *influence* (*vliv*) a *effect* (*účinek*). Chceme-li využít těchto synonym, označujících předpokládané či pozorované důsledky působení médií, pro jemnější rozlišení, pak *dopad* představuje nejobecnější pojem, zahrnuje v sobě vlivy i účinky médií; *vliv* označuje dlouhodobější, trvalejší působení médií, a to jak působení nabízených obsahů, tak samé existence médií, jedná se o zobecněné působení; a *účinek* odkazuje častěji ke specifické reakci na určité typy nabízených obsahů, kdy tato reakce je bezprostřední, krátkodobá (24). V této souvislosti se nejčastěji zmiňují následující účinky médií:

- *Zesilující účinek*: Tím, že média věnují danému tématu zvýšenou pozornost, zvyšují v krátkodobém (výjimečně střednědobém) horizontu jeho důležitost.
- *Potvrzující účinek*: Pokud média podporují vybrané úsudky a domněnky, potvrzují v publiku názor, že jsou tato hodnocení pravdivá.
- *Znecitlivující účinek*: Je-li publikum často a dlouhodobě vystavováno emocionálně vzrušivým podnětům dochází k oslabení jeho schopnosti přijímat takové sdělení ve stejné intenzitě (23).
- *Nastolování agendy (agenda-setting)*: Tato teorie říká, že média nemají na publikum vliv pouze ve smyslu snahy měnit jejich postoje a názory, ale rovněž ve smyslu definice témat, o kterých má publikum přemýšlet – tedy masová média předem určují, které otázky budou v dané době pokládány za obzvláště důležité.

Vlastnosti těchto sdělení pak ovlivňují, jaký počet lidí bude sdělení věnovat pozornost a vnímat alespoň část jeho obsahu (53).

Negativní důsledky vlivu, účinku a dopadu elektronických médií na děti a mladistvé jsou obecně známy, a tato negativa jsou zahrnuta v zásadě ve dvou sférách. V první řadě jsou to viditelné a zřejmé obsahové vlivy jako je násilí, sex a krutost. Druhou oblastí je cílené ovlivňování diváka, často více či méně skryté, kdy se jedná především o reklamní působení - vědomé i podprahové (9).

1.5.2 Vliv zobrazovaného násilí a nevhodných obsahů

Zkoumání bezprostředních následků násilí a nevhodných obsahů jako je sex, krutost, apod. prezentovaných v médiích jsou již delší dobu v centru zájmu. Rozlišují se dvě roviny účinků na diváka - jednak přímá imitace opakující znaky původního agresivního činu a jednak generalizované efekty promítající se do postojů jedince (8). Pozornost se soustřeďuje zvláště na obsahy zobrazující fyzické násilí, tedy záměrné tělesné působení na druhého se zřejmým úmyslem poškodit mu zdraví nebo ho zbavit života, popř. mu alespoň způsobit bolest. Menší důraz se klade na psychické násilí, tedy prezentaci slovních urážek, citového vydírání apod. (24). U fyzického násilí se rozlišuje především násilí:

- *Implicitní*: Pouze naznačené, které si uživatel musí domyslet či představit.
- *Explicitní*: Předvedené či podrobně popsání, zpravidla včetně následků.
- *Faktické*: Předváděné např. ve zpravodajství inspirované skutečnými událostmi, či ve sportovních přenosech.
- *Fiktivní*: Předváděné ve smyšlených příbězích, jakými jsou např. kriminální či akční filmy.
- *Interaktivní*: Na jeho realizaci se uživatel sám podílí vlastním rozhodnutím (touhou po vítězství, stisknutím tlačítka apod.). Souvisí zejména s rozvojem počítačových her (24).

Zcela novým problémem, který je v současnosti reflektován, je stírání hranic mezi zpravodajstvím a zábavou a tzv. reality TV využívající záznamy ze skutečných incidentů. Škodlivé účinky na mládež může mít jak násilí fiktivní, tak naturalisticky popisované násilí skutečné, tak i nejasná hranice mezi tím, co se opravdu stalo a co bylo nadsazeno pro větší účinnost pořadu (38).

Zahraniční literatura popisuje velké množství různých teorií působení médií na jedince. V zásadě se nejvíce zmiňují následující tři efekty:

- *Efekt agresora*: Tato teorie tvrdí, že sledováním násilí se zvyšuje míra agresivního chování a dochází tak k napodobování určitých násilných činů.
- *Efekt oběti*: U diváka dochází k posilování obav z toho, že se stane obětí trestného činu, proto nedůvěřuje ostatním lidem. Jeho vnímání reality je ale tímto efektem zkreslené.
- *Efekt desenzibilace*: Při tomto efektu dochází k přivykání na dávky násilí, které jsou divákem přijímány. V běžném životě se pak dostavuje bezohlednost a lhostejnost jedince (15).

Násilí předváděné v médiích je možné analyzovat podle toho, jakou roli sehraává v kontextu, v němž je předváděno. Je-li samoučelným „zpeřtřením“ děje, ne-li dokonce prvním a jediným řešením jakéhokoli problému, nebo je-li do děje zakomponováno jako krajní řešení, jako nepřijatelný způsob jednání apod. (23).

Není možné paušalizovat účinky medializovaných násilných obsahů, jelikož potenciální riziko spojené s násilným obsahem se liší podle mnoha ohledů. Zásadně platí, že účinky produktu s předváděným násilím jsou závislé na *obsahu* – zpracování, způsobu předvedení násilí, kontextu děje, také na *osobnosti diváka* – jeho pohlaví, inteligenci, věku, agresivitě, citovém zázemí, sociální integraci, na *míře pochopení souvislostí* a na *situaci*, za které se dívá – sám, s rodiči či přáteli, podle momentálního duševního rozpoložení, denní doby, apod. Rozdílní pozorovatelé si odnášejí různé kombinace znaků identického modelu a budou je kombinovat do nových způsobů chování (46). Například jedinci se zvýšenou agresivitou jsou vnímavější k násilí prezentovanému v médiích a sami upřednostňují programy s prvky násilí a pozorované scény u nich zpětně posilují sklon k násilnému chování (8).

Při kritice výstupů hromadných sdělovacích prostředků však také nelze opomenout, že média prezentováním násilí a nevhodných obsahů cíleně nesledují takto negativně působit na jejich příjemce, ale chtějí především zaujmout a získat si náklonnost (15). Stále bychom také měli mít na paměti, „že zdroje, z nichž se jedinec agresivnímu chování učí, jsou především bezprostřední rodinné prostředí a subkultura, popř. společnost. Teprve na třetím místě jsou masmediálně nabízené symbolické agresivní vzory (32).“

1.5.3 Vliv reklamy

V současné době je reklama definována jako „přesvědčovací proces, kterým jsou hledáni uživatelé zboží, služeb nebo myšlenek prostřednictvím komunikačních médií.“ Z psychologického hlediska se tedy jedná o určitou formu komunikace s komerčním záměrem. Mezi hlavní prostředky reklamy jsou zahrnovány televizní a rozhlasové spoty, inzerce v tisku, venkovní reklama, reklama v kinech a audiovizuální snímky (28). Reklama je založena na možnosti dosáhnout předem naplánovaných účinků, čili cíleně ovlivnit působení médií. Jedná se tedy o snahu dosáhnout u příjemců pomocí nejrůznějších typů sdělení, včetně mediálních, nějakého chování žádoucího z hlediska zadavatele reklamy (9).

Reklamy cílené na děti často prezentují úplnou rodinu a laskavé rodiče, které mají na děti spoustu času. Tvůrci mnohdy využívají animací a reklama nasazuje rychlé tempo, které však musí být dítěti srozumitelné. Výrobky jsou často prezentovány spolu s melodickou hudbou a nejčastěji jsou nabízeny dětmi a muži, čímž autoři povzbuzují touhu dětí po otcovské autoritě. Reklama bývá také prezentována spolu s melodickou hudbou. Reklama může v dítěti vyvolat tzv. *sleeper efekt*, který vzbuzuje touhu produkt vlastnit, i když byla reklama odvysílána již před dlouhou dobou. Děti se snadno identifikují s lidmi v reklamě a nechají se unést. Děti ovlivňuje také prostředí v reklamě stejně jako efekty v ní a této reklamě podléhají. Pokud dítě pochází z dysfunkční rodiny a tráví hodně času u televize, je toto riziko vlivu obzvláště vysoké. Nejpozději kolem 7. až 8. roku si děti postupně uvědomují, že reklamě se nedá věřit, ale tak jako u dospělých to nic nemění na jejich touze po produktu. Tzv. *Bad-wagon effect* působí

nejen na děti ale i na dospělé a rozumíme jim touhu vlastnit stejný produkt, jako mají ostatní (54).

Reklama škodlivých látek a hazardu představuje zdravotní riziko zejména pro děti a dospívající. Reklama na alkohol se často zaměřuje právě na dospívající, a spojováním alkoholu se sportem nebo určitými druhy hudby je tak mimořádně nebezpečná. Dospívající jsou vůči návykovým látkám zranitelnější a závislost se u nich vytváří rychleji (42).

Podprahová reklama představuje velice nebezpečnou formou reklamního působení, protože využívá podnětů, jejichž intenzita je pod úrovní smyslového vnímání, a tudíž na člověka působí, aniž by si toho všiml. Podprahové podněty mají zpravidla velice emocionální náboj, protože se jím zvyšuje pravděpodobnost uložení do podvědomí. Využívány jsou především výrazy jako síla, sex, krev, moc a smrt. Kvalitně vytvořená podprahová reklama je tak prakticky neviditelná (54). Tento druh reklamy je dnes ve většině zemí, včetně Evropské Unie, zakázán.

1.6 Legislativa a orgány upravující činnost médií

V legislativách řady států jsou obsahy zvláště s explicitně násilnými prvky a se samoučelně a naturalisticky prezentovaným sexuálním chováním nejrůznějšími způsoby regulovány (24). V České republice zakazuje zákon č. 468/1991 Sb., o provozování rozhlasového a televizního vysílání ve znění pozdějších předpisů (tzv. mediální zákon) vysílat „v době od 6.00 do 22.00 pořady, které by mohly ohrozit psychický nebo morální vývoj dětí a mladistvých“, dále ukládá povinnost slovního upozornění před vysíláním takových pořadů a u televizí označení obrazovým symbolem upozorňujícím na jejich nevhodnost (9).

V oblasti vlivu reklamy na mladého diváka je systém regulace poměrně složitější. V ČR se legislativa zabývá otázkou dětí a reklamy v zákoně o regulaci reklamy a v již zmíněném mediálním zákoně. Zákon o regulaci reklamy č. 40/1995 Sb., v platném znění obsahuje zvláštní ustanovení týkající se mládeže, kde je uvedeno, že „reklama nesmí podporovat chování ohrožující zdraví, psychický nebo morální vývoj osob mladších 18 let, dále nesmí doporučovat ke koupi výrobků nebo služeb s využitím jejich

nezkušenosti nebo důvěřivosti, nabádat, aby přemlouvaly své rodiče nebo jiné osoby ke koupi výrobků nebo služeb apod. Dále také nesmí nevhodným způsobem ukazovat děti v nebezpečných situacích (9).“

Reklama na alkoholické nápoje pak nesmí být zaměřena na osoby mladší 18 let a zejména nesmí zobrazovat mládež při spotřebě alkoholických nápojů nebo nesmí využívat prvky, které mladé lidi oslovují (9).

Snaha regulovat násilné a další potenciálně škodlivé obsahy se projevuje i v rovině evropských ustanovení, např. ve směrnici Rady 2007/65 ES z roku 2007 (24).

Na regulaci médií se podílejí, kromě legislativních opatření, také tzv. mediální orgány. Mezi nejvýznamnější z nich patří:

- *Rada pro rozhlasové a televizní vysílání (RRTV)*: Orgán vykonávající zákonnou správu v oblasti rozhlasového a televizního vysílání, dohlíží na zachovávání a rozvoj plurality programové nabídky a informací ve vysílání a jejím úkolem je sledovat obsahovou nezávislost.
- *Rada České televize (Rada ČT)*. Regulační orgán jehož působností je dohlížení na plnění úkolů veřejné služby v oblasti televizního vysílání a na naplňování zásad vyplývajících z Kodexu České televize.
- *Rada Českého rozhlasu (Rada ČRo)*: Orgán, jímž se uplatňuje právo veřejnosti na kontrolu tvorby a šíření programů Českého rozhlasu, není však součástí Českého rozhlasu.
- *Rada pro reklamu (PRP)*: Orgán, jež má za úkol zajišťovat a prosazovat čestnou, legální, pravdivou a decentní reklamu prostřednictvím samoregulace reklamy, kdy je reklama regulována pravidly, která přijme sám reklamní průmysl a která jsou vyjádřena v Kodexu reklamy (65).

1.7 Mediální výchova

Dalším pilířem prevence před negativním působením médií se v posledních letech stává mediální výchova na školách, která nabízí možnost vypěstovat u žáků dovednost žít s médii, efektivně jich využívat ke svému osobnímu rozvoji a účinně se bránit jejich tlaku (45).

Mediální výchovu je možné chápat jako „*výchovné konání, která vede k osvojení správného uchopování médií jednak prostřednictvím nezáměrného působení médií a jednak jako záměrnou socializaci, při níž jsou média nasazována za účelem výchovy* (52).“ Mediální výchova se vyučuje jako samostatný předmět či jako součást jiných předmětů a tvoří součást Rámcového vzdělávacího programu pro základní školy a gymnázia od roku 2000 (43).

V rámci svého působení se mediální výchova zaměřuje zejména na porozumění společenským hodnotám, na dovednosti komunikace a kooperace, na každodenní praktické činnosti mediální povahy a na výchovu k samostatnému jednání a myšlení (63) (viz příloha 1).

S mediální výchovou také úzce souvisí mediální gramotnost, která je definována jako „*množství poznatků, které slouží k orientaci v nabídce produktů, které se kolem jedince vyskytují* (41).“ Tato gramotnost je tvořena informacemi pro získání kritického odstupu od médií a dovednostmi, které tento odstup umožňují. Mediální gramotnost zahrnuje nejen poznatky o fungování médií ale i o společenské roli médií (41).

V souvislosti s mediální gramotností je rozhodujícím prvkem věk dítěte. O využívání médií můžeme hovořit až u dítěte ve třech letech, kdy děti v tomto věku vnímají mediované obsahy jednotlivě. S věkem potom stoupá i schopnost dítěte participovat na ději. V tomto věku se může objevit napodobování aktivit, které předchází identifikaci. Ve čtyřech letech se inteligence dostává na vyšší úroveň a zde je již možné hovořit o názorovém myšlení. Děti ve věku 6 až 8 let již dovedou pochopit film stejně jako odlišit hlavní informace od vedlejších. V jedenácti letech již dítě dokáže vystihnout podstatu děje (41). A až ve věku dvanácti let si děti v rámci kritického myšlení začínají uvědomovat, co je skutečným cílem reklamy (28).

1.8 Analýza delikvence dětí a mladistvých

Delikvence a trestná činnost dětí a mladistvých se v mnoha ohledech liší od trestné činnosti ostatních věkových skupin pachatelů. To je dáno především stupněm psychického a somatického vývoje, vlastnostmi, zkušenostmi i motivy k takovému jednání (31).

1.8.1 Specifické prvky delikvence dětí a mladistvých

Při snaze popsat specifické znaky delikvence mládeže je nutné si uvědomit, že právě u této věkové kategorie se vyskytuje vysoká míra latentní delikvence a kriminality. Zejména méně závažné delikty jsou u mládeže téměř normální záležitostí, ale pouze malá část z nich je odhalena a stíhána. Je pravděpodobné, že tato skutečnost souvisí i s vyšší tolerancí společnosti, neboť porušování práva je u dětí do jisté míry vnímáno jako normální, vývojově podmíněný jev (31).

Typickým znakem *dětské delikvence* je skupinovitost, malá připravenost i promyšlenost. Jde o činy páchané převážně spontánně, méně často jde o plánované a předem připravené akce (49). Pokud se jedná o strukturu kriminality převažují činy jinak trestné méně závažné, zejména krádeže a naopak závažné formy kriminality se zde vyskytují poměrně zřídka (31).

Juvenilní delikvence pak nejčastěji zahrnuje opilství, sprejerství, výtržnictví, vandalismus, apod. (49). Mladiství se také dopouštějí častěji závažných forem kriminality, např. loupeží, krádeží vloupáním, násilných trestných činů, drogové kriminality, rasově motivovaných trestných činů apod. (31).

Obecně lze říci, že dívky se na delikvenci a kriminalitě mládeže podílejí ve výrazně menší míře než chlapci (31) (viz příloha 2 a 3). Toto je dáno jak biologickými determinanty spočívajícími v přirozených neurologických a hormonálních změnách, tak i odlišnou socializací spojenou s učením se genderovým rolím a s větším rodičovským dohledem a kontrolou děvčat v průběhu dospívání (3). Dále údaje o registrované kriminalitě dokazují, že je patrná vyšší míra kriminality mezi příslušníky některých

etnických minorit, než by měla být vzhledem k jejich celkovému zastoupení v dané společnosti (31).

Dalším rysem delikvence a kriminality mládeže je skutečnost, že podstatnou její část má na svědomí jen velmi malá skupina tzv. intenzivních pachatelů (31). Také způsob provedení vykazuje zpravidla určité zvláštnosti. Ty se projevují v předmětu útoku, nedokonalé přípravě, větší emotivitě, neúměrné tvrdosti, ničením věcí, nedostatkem zkušeností, často také dochází ke spáchání činu pod vlivem alkoholu (12). Dále se také ukazuje, že delikvence mládeže má většinou epizodický charakter a za období široce rozšířeného delikventního chování je považován především věk mezi 14 a 16 lety (31). Převážná část dětí a mladistvých dopouštějících se delikventního jednání poté nikdy nebyla obviněna z protizákonného chování v dospělosti (5).

Problémem se v současnosti stává násilné a agresivní chování stále mladších jedinců, kdy se jedná jak o samotný akt fyzického násilí, tak o pohružky tímto násilím (11).

Co se ale týče struktury kriminality, převážná většina mladistvých pachatelů se dopouští deliktů v oblasti majetkové kriminality - především krádeže prosté a krádeže vloupáním, s velkým odstupem následuje násilná trestná činnost - zejména loupež a ublížení na zdraví (60).

1.8.2 Motivace delikventního jednání

Přímé příčiny delikventního chování jsou spatřovány především v jeho motivaci. Motivace je nejčastěji definována jako „systém dynamických hierarchizovaných sil neboli motivů.“ Motivem se potom nazývá „to, co je bezprostřední pohnutkou či příčinou činnosti nebo jednání. Motiv činnosti aktivizuje, energizuje i zaměřuje chování k dosažení určitého cíle (60).“ Lidské chování je motivováno komplexnější motivační strukturou, v níž obvykle dominuje některý z motivů. Podstatné ale je, že se nutně nemusí jednat motiv, který se jeví jako ten nejviditelnější. U motivace chování je patrná charakteristická sekvence následujících kroků: „vznik motivu – ujasnění dosažení cíle – boj motivů – rozhodnutí (volba způsobu chování).“ U delikventního chování se často objevuje zkrácená verze této sekvence: „vznik motivu – realizace (31).“ Mezi

nejčastější motivy k delikventnímu chování jedince patří potřeba stimulace, vzrušení, nezávislosti. Dále může být motivem i identifikace se skupinovými hodnotami, pomoc přátelům apod. V motivačních procesech se mimo jiné uplatňují také osobnostní charakteristiky a situační faktory (7).

1.9 Faktory ovlivňující delikventní chování dětí a mladistvých

Jednotlivé vědecké disciplíny mají na příčiny delikventního chování svůj vlastní názor, shodují se však v tom, že je můžeme označit za multifaktoriální (10). Současní autoři zdůrazňují bio-psycho-sociální podstatu osobnosti člověka a za potenciální činitele vývinu jeho osobnosti v pozitivním i negativním směru považují nejčastěji činitele dvojího druhu – tzv. endogenní spojené přímo s osobou dítěte či mladistvého a tzv. exogenní činitele zejména z oblasti sociálních a společenských vlivů prostředí (14). Tato klasifikace má však pouze didaktický charakter a u jednotlivých teorií a koncepcí dochází k vzájemnému prolínání (10).

Na delikvenci mládeže mají navíc významný vliv zejména specifika spojená s psychickým, sociálním a mravním vývojem jedince v průběhu dětství a dospívání (31). *„Vývoj člověka je zákonitým procesem, který má podobu posloupnosti na sebe navazujících vývojových fází, je plný typických změn, nebývá zcela plynulý a rovnoměrný a jeho průběh je vždy individuálně specifický. Dosažená úroveň vývoje se pak projevuje i v zaměření jedince a preferování způsobu uspokojování jeho základních potřeb (59).“*

1.9.1 Endogenní příčiny delikvence

Mezi endogenní příčiny delikventního chování jsou nejčastěji zařazovány následující činitelé.

1.9.1.1 Dědičné dispozice

Dědičnost je jedním z mnoha faktorů, které mají vliv na delikvenci dětí a mladistvých a genetická dispozice většinou snižuje, resp. zvyšuje práh pro působení vlivů prostředí. Dědičnost zločinnosti u této věkové kategorie je méně výrazná než u

dospělé populace, přičemž důvodem je “krátká doba“ k projevení genetické vlohy a pravděpodobně i silnější vliv sociálních faktorů během dospívání (37).

Determinanty delikventního chování s ohledem na dědičné dispozice byly předmětem mnoha studií. Již v 19. století dospěl Lombroso na základě antropometrických měření k závěru, že zločinecké zaměření lze identifikovat na základě měřitelných především tělesných znaků, a to tvaru lebky. Později však tuto koncepci zrevidoval a připustil více psychosociálních vlivů, které zvyšují pravděpodobnost kriminálního chování. Ani ve 20.stol. se Goddardovi pomocí genealogického zkoumání amerických rodin, v nichž se vyskytovalo delikventní chování, nepodařilo přesně vymezit podíl biologických a sociálních faktorů na kriminogenezi (10). Stejně tak další výzkumy J. Langeho, který se snažil prokázat podmíněnost delikventního chování v případě jednovaječných dvojčat (31) či adopční studie S. A. Mednicka, které byly orientovány na výzkum frekvence kriminality adoptovaných dětí, nepotvrdily spolehlivě genetickou predispozici k delikventnímu chování (10).

1.9.1.2 Vrozené osobnostní dispozice

Jednou z nejčastějších příčin delikventního chování je porucha osobnosti. Ta je většinou psychiatrických škol pojmána jako „*trvalá, vrozená osobnostní dispozice, která staví člověka mimo normu* (37),“ přičemž nejčastější zastoupení má v kriminální populaci *disociální porucha osobnosti* (61). Tato porucha osobnosti se projevuje zřetelnou nerovnováhou mezi chováním jedince a společenskými normami (17). U takového jedince je typická nepřítomnost výčitek svědomí, presumpce viny okolí, lhaní, utváření povrchních mezilidských vztahů, neschopnost oddálit uspokojení, omezená časová perspektiva a nepostačující tolerance k úzkosti a frustraci. Intelektové schopnosti těchto osob nebyvají narušeny. Mezi poruchy osobnosti s vyšším výskytem v kriminální populaci patří také *emočně nestabilní a histriónská porucha osobnosti*, v nižší míře pak i výskyt *schizoidní poruchy a smíšených poruch osobnosti* (61). Důležité je však mít na paměti, že u dětí a mladistvých je nesnadné odlišit povahové změny vyvolané bouřlivěji probíhajícím dospíváním od stálých povahových rysů, příp. od projevů procesuálního psychického onemocnění (37).

Z pohledu kriminogenetických teorií je akcentován také např. syndrom hyperaktivity – ADHD projevující se především neklidem, kolísáním pozornosti, impulzivitou, nápadnou neobratností a nedostatkem zábran (61).

Ke konstitučním faktorům je také obvykle počítána snížená úroveň rozumových schopností, zvýšená impulzivita jednání a neadekvátní sebehodnocení. Podstatná je taktéž příslušnost k pohlaví, přičemž u mužů se vyskytuje přirozeně vyšší míra agresivity podmíněná mužským hormonem testosteronem (37).

1.9.2 Exogenní příčiny delikvence

Hlavní roli v rámci působení vnějších faktorů na delikvenci dětí a mládeže sehrává především socializace jedince. Ta je v nejširším smyslu slova „*formováním a růstem osobnosti pod vlivem rozmanitých vnějších podnětů, včetně výchovy*“. V jejím průběhu si jedinec osvojuje hodnoty, normy a dovednosti vytvořené kulturou, v níž se narodil (17). Zásadní postavení v těchto procesech zauímají následující činitelé.

1.9.2.1 Rodina

Na vytváření hodnotového systému i na jeho uplatnění v životě jedince, na názory jedince a na vytváření jeho postojů má bezpochyby největší vliv rodina (34).

Existuje řada studií předkládající souvislost mezi delikventním chováním mládeže a společenským postavením jejich rodin. Ve většině šetření se ukazují jako nejpříznivější živná půda kriminálního chování mládeže nejnižší vrstvy společnosti, vrstvy lidí bez kvalifikace, oblasti, kde se vyskytuje chudoba a nezaměstnanost. Nově se však také projevuje markantní zvyšování počtu kriminálně jednající mládeže ze středních vrstev společnosti, což se dá interpretovat jako následek klesajícího vlivu rodiny na chování dospívajících ve všech společenských vrstvách. Totožný jev se vyskytuje i ve velmi dobře situovaných rodinách s tím rozdílem, že tyto rodiny problémy lépe maskují a jsou tak mnohem hůře ovlivnitelné ze strany okolí (38).

Dominantním typem rodinného prostředí mladistvých delikventů je rodina převážně málo podnětná, kde se častěji vyskytuje trestná činnost, alkoholismus, rozklad vnitřních

vztahů, nedostatky ve výchově a emočně chladné prostředí. Ve většině těchto rodin je patrná neexistence pozitivních vzorů a hodnota vzdělání rodičů i dětí je velmi nízká. Rodina tak není schopna zabezpečit osvojení autoregulačních systémů chování u sebe ani u svých dětí (14).

Z pohledu vlivu rodiny na delikvenci dětí a mladistvých je významná kvalita vztahů v rodině, zejména matky k dítěti. Pokud dítěti není poskytována přiměřená rodičovská péče může se u něj vyvinout tzv. „*deprivační syndrom*“ (38). Pravděpodobně selhávání rodiny a především související nepřítomnost představitelů mužské role zvyšuje u dospívajících chlapců vliv vrstevnických skupin, což vede k nárůstu skupinových aktivit od protispolečenského jednání až po závažnější kriminální činy (11). Zvláštní kategorii pak tvoří děti, které rodinné prostředí vůbec nepoznaly a byly vychovávány v kolektivních institučních zařízeních (38).

1.9.2.2 Škola

Škola patří mezi významné pozitivní výchovné a socializační činitele ve vývoji dítěte, zároveň však může svým prostředím stimulovat mnohé psychodeprivační a kriminogenní prvky (14). Ve třídě mohou vznikat zvláštní podskupiny žáků, jež jsou k bližšímu kontaktu motivovány společnými zájmy a činnostmi. Tyto podskupiny pak mohou být zárodkem asociálních part, jejichž vzniku může napomáhat také např. neangažovanost učitele, resp. jeho zřetelné preferování či zatracování některých dětí (38).

Výzkumy často poukazují na negativní vztah delikventní mládeže ke škole. Školské vzdělání u této skupiny je pod úrovní běžné populace a počet ukončených tříd obyčejně nespĺňuje zákonem stanovený standard. Častá přítomnost intelektové subnormy a nedostatečná hodnota vzdělání vedou poté k záškoláctví a porušování školních norem (37). Vývoji směrem ke kriminalitě může bránit, resp. mu může napomáhat i reakce školy na zjištěné asociální chování jednoho či více dětí. Už samotný způsob vyšetřování problému a zejména udílené sankce podávají zprávu o tom, jak škola dbá na dodržování daných pravidel (38).

1.9.2.3 Vrstevnické party a ostatní negativní vlivy

Důležitost vrstevníků jako činitelů socializace vzrůstá především v adolescenci (17). Pro rizikovou mládež z dysfunkčních rodin je vrstevnická skupina důležitější než pro mladé lidi vyrůstající v rodinách, jež dětem poskytují přiměřenou míru podpory a vedle toho jim přiměřeně vytyčují meze dovoleného chování. Delikventní party téměř vždy vznikají z podskupin mladých lidí, kteří se znají z jedné instituce, méně často se rekrutují z mládeže bydlící na stejném území (38).

Značná pozornost je věnována též nárůstu užívání drog mezi mládeží, přičemž se často uvádí spojení s delikvencí. Významnou část tohoto nárůstu představuje rekreační užívání drog, zejména marihuany. Výzkumy ukazují, že delikvence a užívání drog může mít u jedince společné příčiny, ovšem nelze jednoznačně určit, že užívání drog je příčinou následné kriminality či delikvence. Skutečně vysoká míra násilí a trestných činů patrně souvisí spíše s obchodem s drogami než s jejich užíváním a u takového jedince poté existuje vysoké riziko, že se stane pachatelem či obětí násilí (11).

Pozornost se obrací též k otázce delikvence mládeže související s požíváním alkoholu (11). Alkohol je legální drogou, v naší kultuře tradiční a jeho konzumace bývá ostatními často tolerována (34). Z tohoto důvodu je abúzus alkoholu v našich podmínkách mnohem rozšířenější než užívání nelegálních drog a úzce souvisí s narušováním veřejného pořádku (11).

1.9.2.4 Média

Někteří autoři považují mediální násilí za jednu z nejzávažnějších příčin agresivního delikventního chování dětí a mladistvých, přesto však výsledky studií zabývajících se tímto jevem jsou nejednoznačné a často si i odporují. Faktem však zůstává, že média mohou ovlivňovat celkové myšlení, jednání i cítění jedince (36), tak jak bylo popsáno v předcházejících kapitolách této práce.

1.10 Činnost kurátora pro mládež

Vzhledem k prostředí výzkumné části práce je potřeba se blíže seznámit s činností kurátora pro mládež.

Kurátor pro mládež je specializovaný pracovník, který plní úkoly na úseku sociálně právní ochrany dětí a prevence poruch chování. Svoji profesi vykonává na úřadu obce s rozšířenou působností. Do náplně činnosti kurátora pro mládež patří pečovat o děti mladší patnácti let, které se dopustily činu, který by byl u staršího člověka klasifikován jako trestný, dále o mladistvé ve věku 15 až 18 let, kteří se dopustili přestupku nebo trestného činu a bylo u nich zahájeno trestní stíhání, a nakonec o děti a mladistvé, kteří mají opakované vážné poruchy chování (37).

Náplň činnosti kurátora pro mládež je vymezena především *zákonem č. 359/1999 Sb., o sociálně právní ochraně dětí ve znění pozdějších předpisů* a zahrnuje mimo jiné také spolupráci se školskými a zdravotnickými zařízeními, občanskými sdruženími, středisky výchovné péče, věznicemi, soudy, Probační a mediační službou ČR (PMS ČR) a v přípravném soudním řízení s Policií ČR (67).

2. CÍLE PRÁCE

Pro potřeby této práce s názvem „Média a jejich vliv na delikventní chování dětí a mladistvých“ byly stanoveny cíle a výzkumné otázky.

2.1 Cíl práce

Prvořadým cílem práce je získat podrobnější informace o možném vlivu médií na delikventní chování dětí a mladistvých.

2.2 Výzkumné otázky

1. Existují ve vztahu k médiím rozdíly mezi dětmi do 15 let a mladistvými, kteří se dopustili delikventního jednání?
2. Jak souvisí biologické a sociální predispozice dětí a mladistvých, kteří se dopustili delikventního jednání, s mírou jejich ovlivnění prostřednictvím médií?
3. Které mediované obsahy jsou nejvýznamnější vzhledem k vlivu médií na děti a mladistvé, kteří se dopustili delikventního jednání?
4. Jaký je vztah dětí a mladistvých, kteří se dopustili delikventního jednání, k zobrazovanému násilí v médiích?
5. Jaký je vztah dětí a mladistvých, kteří se dopustili delikventního jednání, k reklamám prezentovaným v médiích?
6. Jaký je vztah dotázaných k mediální výchově?

3. METODIKA

3.1 Metodický postup

Pro diplomovou práci byl zvolen výzkum kvalitativního charakteru a při sběru dat byla využita metoda dotazování.

Kvalitativní výzkum je charakterizován jako proces hledání porozumění založený na různých metodologických tradicích zkoumání daného sociálního nebo lidského problému. Výzkumník při něm vytváří komplexní, holistický obraz, analyzuje různé typy textů, informuje o názorech účastníků výzkumu. Zkoumání je prováděno v přirozených podmínkách. Výhodou kvalitativního přístupu je získání hloubkového popisu případů, naopak nevýhodou se stává skutečnost, že získanou znalost lze jen těžko replikovat a vznikají tak obtíže se zobecňováním výsledků (13).

K získání potřebných informací byly stanoveny výzkumné otázky, na něž budou v průběhu výzkumu hledány odpovědi (13).

Jako technika sběru dat byla zvolena metoda polostrukturovaného rozhovoru s otevřenými otázkami. Polostrukturované dotazování se vyznačuje definovaným účelem, určitou osnovou a pružností celého procesu získávání informací. Při kvalitativním dotazování se respondentům nepředkládají předem dané formulace odpovědí či jejich kategorie (13). Otevřené otázky tak ponechávají dotazovaným možnost volby ve způsobu odpovědí.

Tato technika byla zvolena především z důvodu získat co nejhlubší informace a možnosti využít individuální přístup k respondentům. Samotnému dotazování předcházely identifikační otázky, které byly u dětí a mladistvých navíc doplněny o informace získané z dokumentace kurátorů pro mládež. V průběhu rozhovoru pak byly otázky kladeny na podkladě předem stanovených okruhů, týkajících se pěti základních oblastí: volný čas, vztah k médiím, vliv médií, násilí v médiích a reklama v médiích (viz příloha 4 a 5). Před začátkem rozhovorů byla s respondenty probrána základní terminologie užívaná v otázkách, aby se předešlo možným nedorozuměním. Během dotazování byly dále pokládány doplňující a upřesňující otázky, aby získané informace byly komplexní.

V úvodu byli respondenti dotázáni na souhlas s rozhovorem a ubezpečeni o anonymitě dotazování (viz příloha 6). U dětí a mladistvých byl k realizaci výzkumu vyžadován souhlas zákonného zástupce. Rozhovory byly ve všech případech provedeny osobně, přímo na pracovišti kurátora pro mládež v Českých Budějovicích a jejich průběh byl zaznamenáván pomocí diktafonu, s jehož použitím respondenti souhlasili ještě před samotným začátkem rozhovoru. Záznamy rozhovorů byly poté převedeny do písemné podoby. Sběr dat byl uskutečněn v průběhu května a června roku 2010.

Pro dokreslení předkládané problematiky byla dále v rámci kvalitativního výzkumu použita technika obsahové analýzy dat, spočívající v rozboru dokumentace vedené kurátorem pro mládež.

3.2 Charakteristika výzkumného souboru

Výzkumný soubor tvořily dvě skupiny respondentů.

První skupinu představovaly děti a mladiství evidovaní kurátorem pro mládež na Magistrátu města České Budějovice. Pro potřeby kvalitativního výzkumu byli v poměru podle celkových počtů evidované mládeže osloveni čtyři mladiství a tři nezletilé děti mladší 15 let. Celkem bylo v této skupině dotázáno sedm respondentů, pět chlapců a dvě dívky. Výběr respondentů byl proveden zejména na základě pravidelné schůzky klienta s kurátorem pro mládež v termínu, v němž výzkum probíhal. Výběr byl také ovlivněn souhlasem zákonných zástupců dětí a mladistvých s tímto rozhovorem.

Druhou skupinu představovali odborníci pracující s mládeží, která se dopustila či dopouští delikventního chování. Pro potřeby výzkumu byl tedy rovněž osloven dětský klinický psycholog spolupracující s kurátory pro mládež v Českých Budějovicích, pracovník Probační a mediační služby ČR (PMS ČR) z Českých Budějovic a tři kurátoři pro mládež z Českých Budějovic. Celkem bylo v této skupině dotázáno pět respondentů, všechny dotázané byly ženy.

V rámci obsahové analýzy dat byla z dokumentace vedené kurátorem pro mládež v Českých Budějovicích vytvořena kasuistika doplňující danou problematiku.

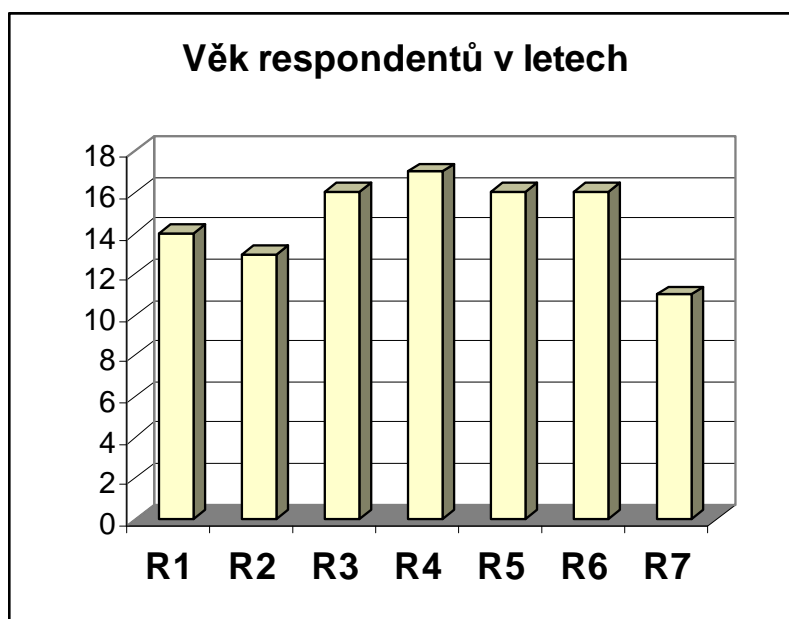
4. VÝSLEDKY

V této kapitole jsou interpretována data získaná z rozhovorů s dětmi a mladistvými, kteří jsou v péči kurátora pro mládež a data získaná od dětského klinického psychologa, pracovníka PMS ČR a kurátorů pro mládež.

4.1 Odpovědi dětí a mladistvých evidovaných kurátorem pro mládež

Prvotně jsou uváděny odpovědi získané na základě rozhovorů s dětmi a mladistvými evidovanými kurátorem pro mládež. Pro potřeby výzkumu bylo osloveno celkem sedm respondentů.

Graf 1: Věk dětských a mladistvých respondentů v letech



Zdroj: Vlastní výzkum

ROZHOVOR Č. 1

ZÁKLADNÍ ÚDAJE O RESPONDENTOVI:

Nezletilý B. R., nar. 10. 4. 1996

Nezletilý se narodil v neúplné rodině a nyní vyrůstá ve společné domácnosti matky. Matka je vedena na úřadu práce jako uchazečka o zaměstnání, příležitostně vyjíždí do zahraničí na brigády. Po tuto dobu nezletilý pobývá u své babičky. Nezletilý v současné době ukončil 8. třídu v ZŠ a MŠ Nerudova 9 v Českých Budějovicích. Nejvíce ho zajímá sport, již 9. rokem se zabývá atletikou a má v ní velice dobré výsledky.

V evidenci kurátorů pro mládež je nezletilý od října 2006, kdy Policie ČR informovala kurátory o odložení věci činu jinak trestného poškozování cizí věci dle § 257 odst. 1 trestního zákona. Tohoto činu se nezletilý dopustil tím, že spolu s dalšími osobami poškodil zemní stroj v prostorách skládky u čistírny odpadních vod Hrdějovice. Okresní soud v Českých Budějovicích v této věci rozhodl u nezletilého o upuštění od uložení opatření. Dále bylo oddělení kurátorů pro mládež informováno Dopravním podnikem města České Budějovice a.s. o jízdě nezletilého ve vozidlech MHD bez platného jízdního dokladu. Začátkem tohoto roku v ZŠ a MŠ Nerudova 9 zasedala výchovná komise týkající se kázeňských problémů nezletilého. Jednalo se o neomluvené absence ve škole, podvod při psaní omluvenek a drzost při vyučování.

Dále byl na oddělení kurátorů pro mládež obdržen úřední záznam Městské Policie ČR týkající se požívání alkoholických nápojů nezletilého, který spolu s dalšími osobami narušoval veřejný pořádek. V současné době je nezletilý vyšetřován Policií ČR v souvislosti s distribucí omamných a psychotropních látek.

Matka s oddělením kurátorů pro mládež spolupracuje a pravidelně dochází s nezletilým k pohovorům.

1) VOLNÝ ČAS:

Kolik hodin denně máš volného času?

Nezletilý odpověděl, že volný čas má podle toho, zda má zrovna trénink či nikoli. Na vyžádání, aby uvedl průměrný čas, odpověděl: *„Když to vezmu v průměru tak asi okolo 6 hodin denně.“*

Jak tento čas nejčastěji trávíš?

Z odpovědi nezletilého vyplynulo, že nejvíce svého volného času tráví venku. Při konkretizaci činnosti sdělil: *„Nejčastěji hraju fotbal nebo dělám nějaký jinej sport, kterej mě baví.“* Poté ještě dodal: *„Když nejsem venku, tak zůstávám většinou doma, třeba když je venku škaredý počasí.“*

S kým tedy nejčastěji trávíš svůj volný čas?

Nezletilý uvedl: *„Nejčastěji jsem s kamarády venku, to asi nejvíc.“* Na doplňující otázku, zda tráví také nějaký čas s rodinou dodal: *„Jo, to taky, když si to tak vezmu, tak s mamkou jsem taky hodně doma, ale určitě míň než s kamarády.“*

Jak bys tento svůj volný čas chtěl trávit, kdyby sis mohl vybrat?

Na tuto otázku zprvu reagoval nezletilý následujícími slovy: *„To jako kdyby mi nikdo nic nezakazoval a mohl bych si dělat, co bych chtěl?“* Po ujištění, že otázka byla tímto způsobem myšlena, nezletilý odpověděl: *„No asi tak jako doteď, být venku s kamarády, to mě baví nejvíc. Jen bych bral, kdybych mohl být déle venku a mamka by tolik neprudila.“*

K jakým typům médií máš ve svém volném čase přístup?

Po ujasnění, co vše je médii myšleno, nezletilý uvedl: *„Doma máme televizi, DVD přehrávač, video, rádio.“* Na otázku, zda má přístup k internetu nezletilý uvádí: *„Doma ho nemáme, mamka ho nechce, ale za rok budu nastupovat na střední školu elektrotechnickou a tak ho už asi budu potřebovat.“* Chodíš tedy na internet někde jinde? *„Občas ve škole.“* A chybí Ti to, že ho nemáš doma? *„Ani ne, když něco potřebuju, kouknu se na to ve škole, zatím mi nechybí.“* Čteš knížky nebo časopisy? *„No knížky moc nečtu, časopisy si občas prohlídnu.“*

2) VZTAH K MÉDIÍM:

Která z médií, co jsi uvedl, využíváš nejvíce?

Nezletilý jednoznačně uvedl televizi: „*No určitě televizi, když jsem doma tak tu mám zapnutou hodně často, máme jí v obýváku, já ji mám i ve svém pokoji, ale zrovna teď je rozbitá, tak se musím chodit dívat k mamce.*“

Jak bys charakterizoval svůj vztah k těmto médiím – v Tvém případě televizi?

Po chvílce přemýšlení nezletilý uvedl: „*Myslím si, že se bez ní obejdu.*“ Odhadl bys kolik hodin denně ji máš zapnutou? „*Když jsem doma, tak skoro pořád.*“ A to ji celou dobu sleduješ? „*Ne to ne, dělám při tom i něco jinýho, třeba úkoly do školy, někdy i usnu.*“ Na filmy z DVD se také koukáš? „*Jo to jo, ale to není každý den, když mám chuť tak si ho pustím, tak čtyřikrát do týdne.*“ A hraješ nějaké PC hry? „*Jak kdy, když mám chuť občas si zahraju, ale spíš výjimečně.*“

Proč využíváš televizi, co Ti to přináší?

Nezletilý se zamyslel a sdělil: „*No, nejspíš asi proto, že zabije čas, když zrovna není co jiného dělat.*“

Jaké typy pořadů v televizi máš nejraději?

Zde se projevilo sportovní zaměření nezletilého, když řekl: „*Nejvíc mám rád sportovní přenosy – fotbal, atletiku apod. Potom se mi líbí i kreslený filmy a seriály.*“

Máš nějakou oblíbenou TV stanici a pořad?

„*Nejradši mám Primu Cool, tam dávají fakt dobrý věci.*“ Jako nejoblíbenější pořad pak nezletilý uvedl kreslený seriál Futurama vysílaný právě na této televizní stanici.

Když bychom se vrátili ještě k tomu internetu, z jakého důvodu ho nejčastěji využíváš?

Zde se jako nejdůležitější jeví spojení s přáteli. „*Třeba když nemám kredit v mobilu, tak píšu sms z netu, nebo e-maily, apod.*“ Svůj profil na Facebooku nemáš? „*Ještě ne, ale chci si ho založit.*“

3) VLIV MÉDIÍ:

Myslíš si, že Tě média ovlivňují a jakým způsobem?

„Kdybych se koukal třeba na horory každé den, tak by mě to určitě ovlivnilo. Pak bych asi byl vyplašenej úplně ze všeho.“ Pak nezletilý ještě dodal: *„Ale takhle, si myslím, že mě zase až tak neovlivňujou.“* A motivují Tě třeba některé zobrazované scény z televize či internetu k činům ve skutečném životě? *„Jo, to jo, jestli znáte pořad Jmenuju se Earl, tak ten tam má tu svojí karmu a snaží se napravit špatné věci, které ve svém životě udělal, tak z toho jsem si třeba vzal příklad.“*

A znáš ve svém okolí někoho, koho média ovlivňují a jakým způsobem se to projevuje?

Nezletilý souhlasně přikyvoval a uvedl: *„Jo, to určitě, ale říct jak konkrétně je ovlivňují, to nevím, asi že třeba říkají hlášky z filmů a tak, to si taky znamená, že to na ně nějak působí.“*

Máš nějakou filmovou (seriálovou) postavu, kterou obdivuješ a chtěl by ses jí podobat?

Nezletilý ihned sdělil: *„Jo, Bendra z Futuramy, je fakt dobrej, nevím jestli bych se mu chtěl úplně podobat, je to robot.“* Na doplňující otázku proč se mu tedy tato postava líbí, odpověděl: *„No líbí se mi, jak hlásí, je vtipnej.“* A ty bys chtěl být taky vtipný jako on? *„No jasně, že chci.“*

Jak se díváš na pravdivost informací uváděných v televizi či na internetu?

Po upřesnění znění otázky nezletilý uvedl: *„Jako jestli je to pravda, co se tam ukazuje? Jo, asi jo.“*

Slyšel jsi někdy slovo mediální výchova a víš, co to znamená?

Nezletilý udiveně řekl: *„No, tak to fakt ne, vůbec netuším.“*

5) NÁSILÍ:

Co si myslíš o zobrazování témat násilí, agrese a sexu v TV a internetu?

„Násilí je zvlášť v televizi fakt hodně, si myslím.“ A jaký na to máš názor? „Nevím, prostě to tam je.“ A jak se díváš na zobrazování sexu? „To nějak nevnímám, to dávají pozdě a to už spím nebo na to moc nekoukám.“

Myslíš si, že by tyto zobrazované scény (násilí, agrese, sex) z televize či internetu mohly vést k činům ve skutečném životě?

„To si myslím, že asi ne, možná jak u koho.“

A stalo se Ti někdy něco podobného?

Po chvíli přemýšlení, nezletilý dodal: „Určitě ne.“

Jaký máš názor na násilí, které je vysíláno v televizi či zveřejňováno na internetu, je podle Tebe reálné či je to fikce?

Po vyjasnění pojmu fikce nezletilý uvedl: „Podle toho asi jak kde.“ Tak třeba ve filmech. „Tak to je fikce, je ho tam fakt hodně.“ A např. ve zprávách? „Hmm, to asi bude pravda, když je to ve zprávách, tak to bude to reálný.“

Jakou formu řešení problémů a konfliktů v životě upřednostňuješ?

„Nejdřív si s tím, co s ním mám problém snažím promluvit, přestanu se s ním bavit a snažím se to neřešit, než to vyšumí.“ Použiješ taky někdy fyzický útok? „Jen ve vyhocených situacích, a to většinou, když si někdo začne.“

6) REKLAMA:

Co je podle Tebe reklama a proč je jí tolik kolem nás?

Následovala krátká odmlka, kdy nezletilý přemýšlel a pak odpověděl: „Reklama je upoutávka.“ A na co? „Na ty věci, který ukazuje.“ A proč je jí tedy všude tolik podle Tebe? „Právě protože se snaží upoutat lidi, aby ty věci kupovali.“

Jaký je Tvůj vztah k reklamám, máš nějakou oblíbenou reklamu?

„Většina mi jich vadí, je jich moc.“ A znáš nějakou, která Tě zaujala, nebo se Ti líbí? „Jo, na AXE, ty jsou fakt hustý, teď je taky dobrá, ale nejlepší byla ta s tím domorodcem.“

Chtěl bys žít tak jako lidé v reklamě, příp. mít to, co mají lidé zobrazovaní v reklamě?

„Nevím, asi ne, proč jako. Vždyť snad každéj musí vědět, že to předstírají, a ve skutečnosti to tak není.“

Ovlivňuje Tě reklama, necháš se ovlivnit při nakupování zboží reklamou?

„Ne, určitě ne.“ A jakou voňavkou se teď voníš? *„No, mám teď AXE.“* Proč sis vybral právě tuhle značku? *„Měli to všichni a voní docela dobře.“*

Přemýšlel jsi někdy o tom, nebo stalo se Ti někdy, že by sis opatřil zboží, které jsi viděl v reklamě, nelegálně?

„Když se mi něco líbí, tak bych si to spíš koupil, ale většina těch věcí je stejně k ničemu, tak proč je krást.“ A je podle Tebe správné, když si takhle někdo svou vysněnou věc z reklamy opatří? *„No, to určitě ne.“*

Jak se díváš na reklamy na alkohol?

„Jo, vnímám je, že nějaký jsou.“ A zakázal bys je či co by si s nimi udělal, kdybys měl tu moc? *„Asi bych je nezakazoval, jsou pro dospělé, tak ty se na ně dívat můžou.“* A myslíš si, že způsob prezentace lidí v reklamě může mít pak vliv na pití alkoholu u těch, kteří se na tu reklamu dívají? *„Jo asi může, ale přece musí vědět, že to není pravda, že ve skutečnosti ty lidi takhle nežijou.“*

ROZHOVOR Č. 2

ZÁKLADNÍ ÚDAJE O RESPONDENTOVI:

Nezletilá S. B., nar. 5. 7. 1997

Nezletilá pochází z úplné rodiny a vyrůstala ve společné domácnosti i se svými třemi vlastními sourozenci a jednou nevlastní sestrou. Všichni tito sourozenci jsou evidováni kurátorem pro mládež, stejně tak je tomu i na úseku sociálně právní ochrany dětí z důvodu zanedbávání rodičovské zodpovědnosti ze strany rodičů. Matka je vedena na úřadu práce jako uchazečka o zaměstnání, otec je podnikatel. V současné době nezletilá ukončila ročník ve speciální třídě MŠ, ZŠ a Praktické školy Štítného 3. Tento typ třídy navštěvuje nezletilá především z důvodu diagnostikované lehké mentální retardace.

V evidenci kurátorů pro mládež je nezletilá od dubna roku 2006, kdy se ve škole dopouštěla opakovaných krádeží, a proto byla v červenci roku 2006 přijata do DPL Opařany na diagnostický pobyt. Po návratu nezletilé z dětské psychiatrické léčebny krádeže ustaly a její chování se zlepšilo. V únoru 2009 však oddělení kurátorů opět kontaktovala škola, kdy se nezletilá opět dopustila několika krádeží na půdě školy, věci kradla zejména spolužákům a vyučujícím. Jednalo se především o hotovost, mobilní telefony a pomůcky na vyučování. Od února do května tohoto roku činila vzniklá škoda celkem 7 500,- Kč. Na základě těchto krádeží se konaly výchovné komise týkající se chování nezletilé a k vyšetření případů byla vždy také přizvána Policie ČR. Nezletilá se ke všem krádežím přiznala, ale nedokázala popsat, proč se jich dopouští. Sama matka uvádí, že mají s nezletilou také problémy, doma rodičům lže a krade jim finanční hotovost. V květnu 2009 pak škola kontaktovala oddělení kurátorů pro mládež se sdělením, že nezletilá má výrazné modřiny na rukou a přiznala, že ji otec, poté co se dozvěděl o jejích krádežích, zbil. Proto byla nezletilá vyšetřena lékařem, který toto potvrdil, a na základě předběžného opatření byla odvezena do DÚ Homole.

Poté, co se nezletilá vrátila z diagnostického pobytu v DÚ Homole, jí byl Okresním soudem v Českých Budějovicích uložen soudní dohled a nezletilá i její matka tak

pravidelně navštěvují oddělení kurátorů pro mládež za účelem kontrol v rámci tohoto dohledu.

1) VOLNÝ ČAS:

Kolik hodin denně máš volného času?

„Nevím.“ Po vysvětlení, co vše obnáší volný čas (má volno, jedná se o čas, který má sama pro sebe), nezletilá odpověděla: „*No tak asi 5 hodin, nebo 6, nevím.*“

Jak tento čas nejčastěji trávíš?

K této otázce, co nejvíce ve svém volnu dělá, nezletilá uvedla: „*Nejvíc jsem venku, chodím se koupat.*“ A co děláš, když je škaredé počasí? „*To jsem doma.*“ V průběhu rozhovoru také vyplynulo, že nezletilá navštěvuje nízkoprahové zařízení pro děti a mládež Jirolo v Č. Budějovicích.

S kým tedy nejčastěji trávíš svůj volný čas?

Po odmlce nezletilá sdělila: „*Nejvíc jsem venku s kamarádkama, s holkama, se kterýma se bavím.*“ Doma s rodinou jsi taky občas? „*Jo, to taky.*“

Jak bys tento svůj volný čas chtěla trávit, kdyby sis mohla vybrat?

Nezletilá dlouhou dobu mlčela a krčila rameny. Poté, když jí bylo vysvětleno, co je otázkou myšleno, odpověděla: „*Asi lítat venku jak dlouho by se mi chtělo, nemuset nikoho poslouchat a dělat si co bych chtěla.*“

K jakým typům médií máš ve svém volném čase přístup?

U této otázky bylo nutné nezletilé zřetelně vysvětlit, co jsou to média. Nakonec tak muselo být učiněno jejich výčtem, jelikož nezletilá nebyla schopna otázku jinak pochopit. Poté vyjmenovala: „*Máme doma dvě televize, počítač, DVD přehrávač, video, playstation a máma má ještě notebook.*“ Takže internet doma nemáte? „*Ne, ten nemáme, i když já bych ho chtěla.*“ A chodíš na něj někde jinde? „*Jo, vždycky když jsem v Jirolu, tak jdu hned na internet.*“ Na dotaz, zda čte knížky a časopisy nezletilá odpověděla: „*Jo, knížky někdy čtu, časopisy taky, ale málo.*“

2) VZTAH K MÉDIÍM:

Která z médií, co jsi uvedla, využíváš nejvíce?

„Asi televizi a počítač, tam máme různé hry a hudbu, ale chodím tam jen když mě tam ségry a bráchové pustí, dost často se hádáme, kdo tam bude.“

Jak bys charakterizovala svůj vztah k médiím, které si uvedla?

„Nevím.“ Po položení otázky jednodušším způsobem nezletilá uvedla: *„Baví mě to, je to dobrý se na to koukat nebo hrát.“* Dokázala by sis tipnout jakou dobu máte doma zapnutou televizi? *„No pořád, od rána do večera.“* Děláš při tom i něco jiného? *„Jo, maluju si třeba nebo tak.“* A jak dlouho ji opravdu plně sleduješ a soustředíš na to, co v ní vysílají? Opět bylo nutné otázku položit jednodušeji a pak nezletilá uvedla: *„Tak 3 hodiny.“* Usínáš při ní? *„Ne, já ne, ale ségry jo, naši taky.“* A na DVD se díváš jak často? *„Většinou když není nic v televizi, tak si pustíme pohádky nebo komedie, dobrý je Let's dance.“*

Proč využíváš tyto média, co Ti to přináší?

Nezletilá krčila rameny. Pak řekla jen: *„Nevím, baví mě to.“* Na dotaz, zda také využívá média z důvodu získání informací nezletilá odpověděla, že ne, jsou pro ní především zdrojem zábavy.

Jaké typy pořadů v televizi máš nejraději?

„Nejvíc ráda mám komedie.“ Po výčtu dalších typů pořadů nezletilá sdělila: *„Jo, romantický filmy mám taky ráda, soutěže taky, na kriminálky se taky občas koukám.“*

Máš nějakou oblíbenou TV stanici a pořad?

Nezletilá se zprvu zeptala, co je to TV stanice a pořad. Po vysvětlení těchto pojmů uvedla: *„Koukám na Novu, Primu a ČT 1.“* A máš oblíbený konkrétní film, seriál nebo něco podobného? *„Líbí se mi Ulice, pak Faktor strachu, tam dělají různé úkoly, a teď nově budou dávat Ninja Faktor, to je podobný.“* Dále pak také vyplynulo, že nezletilá se dívá i na pořady pro děti, např. uvedla pořad Šikulové.

Když bychom se vrátili ještě k tomu internetu, z jakého důvodu ho nejčastěji využíváš?

„Jsem na Libimseti.cz.“ Takže tam máš svůj profil, a proč chodíš zrovna sem? *„Chci si tam pokecat s kámošema a kámoškama.“*

3) VLIV MÉDIÍ:

Myslíš si, že Tě média ovlivňují a jakým způsobem?

Nejprve bylo nutné vysvětlit otázku jednodušeji, nezletilá chvíli přemýšlela, pak odpověděla: „*Ne.*“

A znáš ve svém okolí někoho, koho média ovlivňují a jakým způsobem se to projevuje?

Nejdříve nezletilá odpověděla, že také nikoho nezná, koho by média ovlivňovala. V průběhu rozhovoru však vyšlo najevo, že zná a to, když sdělila: „*Některý lidi se vychlubují, že mají něco, co bylo v televizi a myslí si, že jsou dobrý.*“ Potom dále také uvedla: „*Taky opakují některý věci z televize, hlavně ty vtipný.*“

Máš nějakou filmovou (seriálovou) postavu, kterou obdivuješ a chtěla by ses jí podobat?

Nezletilá opět dlouho přemýšlela, pak odpověděla: „*Líbí se mi Jenifer Lopez, ta je moc hezká a pak ještě jeden kluk z telenovely, co dávají na SK1, ale nevím jak se jmenuje.*“ A komu by ses chtěla podobat? „*Tý Jenifer, je dobrá, umí tancovat, zpívat a je hezká.*“

Jak se díváš na pravdivost informací uváděných v televizi či na internetu?

Nezletilá nepochopila znění otázky a tak muselo být přizpůsobeno jejímu chápání. Poté uvedla: „*Jo, je to pravda.*“ Všechno, co tam dávají? „*Jo.*“

Slyšela jsi někdy slovo mediální výchova a víš, co to znamená?

Nezletilá se začala usmívat a sdělila: „*Ne, to jsem nikdy neslyšela.*“

4) NÁSILÍ:

Co si myslíš o zobrazování témat násilí, agrese a sexu v TV a internetu?

Znovu musela být otázka položena jiným způsobem a bylo nutné dát nezletilé na výběr, zda si myslí, že těchto témat málo, hodně apod., pak nezletilá uvedla: *„Rvaček a bitek je hodně, a sexu asi taky. To nevím.“*

Myslíš si, že by tyto zobrazované scény (násilí, agrese, sex) z televize či internetu mohly vést k činům ve skutečném životě?

Nezletilá nechápala otázku, po jejím přetlumočení ve srozumitelnějším jazyce, odpověděla: *„Možná jo, u mě ale ne.“*

A stalo se Ti někdy něco podobného?

„Ne, mě ne.“

Jaký máš názor na násilí, které je vysíláno v televizi či zveřejňováno na internetu, je podle Tebe reálné či je to fikce?

Po nutném přizpůsobení otázky schopnostem nezletilé, uvedla: *„Je to skutečný, vždyť to dávají v televizi.“* Je to skutečné např. ve zprávách i ve filmu? *„Jo.“*

Jakou formu řešení problémů a konfliktů v životě upřednostňuješ?

„Když mám s někým problém, tak si to nechám pro sebe, pak se s ním nebavím.“

Dáte si taky někdy facky nebo něco podobného? *„Jo, to jo, když mě někdo pořádně naštvě, tak mu nandám.“*

5) REKLAMA:

Co je podle Tebe reklama a proč je jí tolik kolem nás?

Nezletilá zprvu vůbec nevěděla, jak má na otázku odpovědět, pak řekla: *„Je to odpočinek, pro mě.“* A proč je jí tolik? *„Nevím.“*

Jaký je Tvůj vztah k reklamám, máš nějakou oblíbenou reklamu?

„Nemám je moc ráda, třeba když je zajímavěj film, tak ho přeruší.“ A díváš se na ně, když takto film přeruší? *„Jak kdy, někdy se dívám, co je novýho, když mě to zajímá.“* Máš nějakou oblíbenou reklamu? *„Jo mám, no tu, jak se jmenuje, no, teď nevím. Ale třeba nějakou na kabelky, boty a tak.“*

Chtěla bys žít tak jako lidé v reklamě, příp. mít to, co mají lidé zobrazovaní v reklamě, věříš reklamě?

„Jo, chtěla bych se mít jako oni, někdy by to bylo fajn.“ A věříš reklamě, že takto ten výrobek skutečně vypadá a má opravdu takové účinky? *„Jak čemu, ale asi jo, většinou věřím.“*

Ovlivňuje Tě reklama, necháš se ovlivnit při nakupování zboží reklamou?

Po upřesnění otázky, zda např. nakupuje novinky z reklam apod., nezletilá sdělila: *„Jo, když je tam něco dobrýho, tak jo, tak to zkusím.“* A co třeba konkrétně? *„No spíš jídlo, různé hry na počítač a jiný hezký věci.“*

Přemýšlela jsi někdy o tom, nebo stalo se Ti někdy, že by sis opatřila zboží, které jsi viděla v reklamě, nelegálně?

Po nutném vysvětlení otázky nezletilá nejistě odpověděla: *„Ne, to asi ne.“* Při doplňující otázce, týkající se toho, že by se mohlo jednat jen o pouhou představu tohoto opatření zboží nezletilá uvedla: *„Jo, tak takhle jsem na to myslela, ale nikdy jsem to neudělala.“* A myslíš si, že je to správné? *„Není to správné.“*

Jak se díváš na reklamy na alkohol?

„Žádný asi neznám, neřeším je, nikdy mě to nenapadlo o nich přemýšlet.“ A myslíš si, že některá reklama na alkohol by mohla mít vliv na pití alkoholu – např. to že jsou v ní lidé šťastní, mají hodně přátel, nemají problémy? *„Na někoho asi jo.“*

ROZHOVOR Č. 3

ZÁKLADNÍ ÚDAJE O RESPONDENTOVI:

Mladistvý Z.G., nar. 3. 5. 1994

Mladistvý se narodil v úplné rodině a nyní vyrůstá ve společné domácnosti se svými dvěma vlastními sourozenci. Rodiče s dětmi v roce 1997 odcestovali na pobyt do Velké Británie, kde pobývali až do roku 2005. Vzhledem k tomu, že otec po návratu na děti nepřispíval, Okresní soud v Českých Budějovicích po návrhu matky rozhodl o svěření nezletilých dětí do její výchovy. V současné době mladistvý vyrůstá se svými rodnými sourozenci ve společné domácnosti s matkou a jejím přítelem. S otcem se mladistvý nestýká. Matce byl přiznán plný invalidní důchod, přítel matky je evidován na úřadu práce jako uchazeč o zaměstnání, příležitostně si přivydělává na brigádách.

Mladistvý plnil povinnou školní docházku v Anglii, kde chodil 8 let do místní školy. V lednu 2006 nastoupil k plnění povinné školní docházky do 6. ročníku na základní školu J. Š. Baara v Č. Budějovicích. Před tím do české školy nikdy nechodil. Vzhledem k jeho jazykové neobratnosti, znalostem a dovednostem, které neodpovídali jeho věku, byl mladistvý vzděláván podle individuálního plánu. Jeho prospěch byl nedostatečný a z tohoto důvodu 6. ročník opakoval. Pedagogicko-psychologická poradna nedoporučila přestup mladistvého do speciální školy a tak byl po ukončení 6. ročníku přeřazen do 9. třídy a zde ukončil povinnou školní docházku. Mladistvý byl v průběhu školní docházky opakovaně kázeňsky trestán důtkou třídního učitele a důtkou ředitele školy zejména z důvodu jeho sexuálního obtěžování spolužáků a nevhodného chování ve škole (vulgární urážky, vyhrožování učitelům, apod.). Na opakovaný podnět školy začal mladistvý ambulantně docházet do Střediska výchovné péče (dále SVP) a poté zde nastoupil na dobrovolný pobyt. Závěrem se SVP o mladistvém Zdeňkovi vyjádřilo jako o chlapci, jehož výchovné problémy jsou masivně ovlivněny faktory organickými (syndrom ADHD), osobnostní charakteristikou nezletilého, sociokulturním prostředím a jazykovou bariérou. Vzhledem k nízké slovní zásobě dochází u mladistvého k neporozumění a nepochopení situací, jevů a vztahů, což vede k napětí a nejistotě. Pod

tíhou těchto stresujících situací pak dochází k afektům či jiným neadekvátním projevům v chování mladistvého.

Poté v roce 2009 mladistvý nastoupil na SOU Nerudova 59 v Českých Budějovicích, kde byl také několikrát kázeňsky trestán. Zde byl hodnocen dokonce třetím stupněm z chování. Na žádost matky toto studium mladistvý v prvním ročníku ukončil. V současné době je mladistvý v evidenci Úřadu práce jako uchazeč o zaměstnání, nevykonává žádnou brigádu ani zaměstnání.

Mladistvý je v evidenci kurátorů pro mládež od února 2007, kdy bylo oddělení informováno o jeho nevhodném chování a sexuálním obtěžování spolužáků ve škole. Celou záležitost prošetřovala Policie ČR jako jinak trestný čin ublížení na zdraví dle § 221 odst. 1 trestního zákona a trestného činu výtržnictví dle § 202 odst. 1 trestního zákona. Okresní státní zastupitelství v Českých Budějovicích v této věci podalo návrh na uložení opatření podle § 93 odst. 1 zákona č. 218/2003 Sb. o odpovědnosti mládeže za protiprávní činy a o soudnictví ve věcech mládeže. Dne 12.10.2008 pak rozhodl Okresní soud v Českých Budějovicích u mladistvého o upuštění od uložení opatření, neboť samotné projednání věci před soudem pro mládež postačilo ke splnění účelu tohoto zákona.

Dne 8.10.2008 bylo oddělení kurátorů pro mládež vyrozuměno Policií ČR o odložení jinak trestného činu ublížení na zdraví dle § 221 odst. 1 trestního zákona. Okresní státní zastupitelství v Českých Budějovicích v této věci podalo návrh na uložení opatření podle § 93 odst. 1 zákona č. 218/2003 Sb. o odpovědnosti mládeže za protiprávní činy a o soudnictví ve věcech mládeže. Okresní soud v Českých Budějovicích u mladistvého v této věci rozhodl o uložení dohledu probačního úředníka.

Dne 18.2.2010 bylo oddělení kurátorů pro mládež vyrozuměno Policií ČR o zahájení trestního stíhání mladistvého pro provinění loupeže podle § 234 odst.1 trestního zákona ve formě spolupachatelství podle § 9 odst. 2 trestního zákona. Okresní státní zastupitelství v Českých Budějovicích v této věci podalo návrh na uložení opatření podle § 93 odst. 1 zákona č. 218/2003 Sb. o odpovědnosti mládeže za protiprávní činy a o soudnictví ve věcech mládeže. Okresní soud v Českých Budějovicích u mladistvého v této věci rozhodl o uložení trestu odnětí svobody na jeden

rok, který podmíněně odložil na zkušební dobu osmnácti měsíců. Navíc byla mladistvému uložena povinnost účastnit se probačního programu.

Matka s oddělením kurátorů pro mládež spolupracuje a pravidelně dochází s mladistvým k pohovorům. Mladistvý byl v minulosti v péči pedopsychiatra. Na dotaz mladistvý uvedl, že v současné době - asi půl roku - již žádné léky nebere.

1) VOLNÝ ČAS:

Kolik hodin denně máš volného času?

Mladistvý chvíli přemýšlel a pak odpověděl: *„No já mám volno vlastně pořád, takže 24 hodin denně.“* Tento čas máš pouze pro sebe nebo taky doma pomáháš nebo děláš něco pro ostatní? *„No to se flákám venku, občas pomůžu mámě, když po mně něco chce.“*

Jak tento čas nejčastěji trávíš?

„Chodíme ze zahrady do zahrady.“ Co to znamená? *„Jsme u jednoho kamaráda na zahradě a pak jdeme ke druhému kamarádovi na zahradu. Pani, já Vám to řeknu na rovinu, chci se vyhnout problémům, tak do města moc nechodím a jsem radši na zahradě.“* A to děláte celý den? *„Jo, vždýcky od rána do večera.“* A co na té zahradě děláte? *„Nic povídáme si, děláme blbosti.“* Z pozdějšího rozhovoru vyšlo najevo, že zde také kouří marihuanu. Dále v rozhovoru mladistvý uvedl, že vyráží do města až ve večerních hodinách, kde mimo jiné navštěvuje bary a někdy podle svých slov *„hodí něco do bedny.“*

S kým tedy nejčastěji trávíš svůj volný čas?

„S kamarádama, co s nima chodím do zahrady. S těma jsem skoro celej den.“ S rodinou taky trávíš nějaký čas? *„Moc ne, jenom když je venku hnusně, tak jsem zalezlejš doma.“*

Jak bys tento svůj volný čas chtěl trávit, kdyby sis mohl vybrat?

V této odpovědi měl mladistvý ihned jasno a uvedl: *„Koupil bych si auto nebo motorku a jezdil bych načerno, řídit už umím, ale nemůžu si udělat řidičák, protože neumím česky číst a psát. Ale už se v Probační službě s paní učím číst. I ve VIP, kam chodím se to učím. Jde to ale pomalu, moc toho ještě neumím.“*

K jakým typům médií máš ve svém volném čase přístup?

Po vyjmenování mladistvý sdělil: „*Doma máme dvě televize – jednu v obýváku a druhou mám v pokoji, DVD, počítač, internet, video, rádio.*“ Knihy a časopisy čteš? „*Knížky skoro vůbec, protože mam problémy s češtinou, časopis si vezmu, když mám nervy, furt dokola si ho prohlížím a až se uklidním, tak ho položím.*“

2) VZTAH K MÉDIÍM:

Která z médií, co jsi uvedl, využíváš nejvíce?

„*Nejvíc televizi. Pak internet a počítač.*“

Jak bys charakterizoval svůj vztah k médiím, které si uvedl – třeba k televizi?

„*Nevím, mam jí rád.*“ A např. kolik hodin denně ji máš zapnutou a jak dlouho se na ni opravdu díváš? „*Zapnutou jí mám tak, dejte tam 6 hodin denně.*“ A kterou z nich? „*No tu u mě, v obýváku jde 24 hodin denně.*“ A jak dlouho jí opravdu sleduješ? „*To když dávají nějaký pěkný film s gangsterama nebo tancováním tak ty dvě hodiny, když neusnu, a to je u mě zázrak. Jsem furt unavený.*“ A děláš při sledování TV i něco jiného? „*Jo, jím, a usínám.*“

Proč využíváš tyto média, co Ti to přináší?

Na tuto otázku mladistvý udiveně odpověděl: „*To nevím.*“ Nikdy jsi o tom nepřemýšlel, co ti to přináší na ni koukat, proč se na ni vlastně díváš? „*Ne, nepřemýšlel, prostě když je zapnutá, tak na ní koukám.*“ A počítač? „*Tam mám internet a hry.*“

Jaké typy pořadů v televizi máš nejraději?

„*Nevím, koukám na všechno, kriminálky mám rád, tam sou gangsteři a tancování mám hodně rád.*“ Na jiný pořady nekoukáš? „*Moc ne, protože z toho chytám nervy, když má něco udělat ale neudělá to, tak já z toho dostanu nerva, vezmu si to do hlavy a pak se vytočím a křičím.*“

Máš nějakou oblíbenou TV stanici a pořad?

Mladistvý nepochopil otázku, proto mu musela být položena znova jednodušším způsobem. Poté uvedl: „*Je mi to jedno, koukám zrovna na to, co je zapnutý.*“

Když bychom se vrátili ještě k tomu internetu, z jakého důvodu ho nejčastěji využíváš?

„Nejčastěji si tam povídám s kamarádama z Anglie na MSN, pak stahuju filmy a pouštím si hudbu, na kterou pak tancuju.“ Jsi na Facebooku? „Jo sem, ale ten moc nepoužívám, spíš to MSN.“

3) VLIV MÉDIÍ:

Myslíš si, že Tě média ovlivňují a jakým způsobem?

Mladistvý nevěděl, co otázka znamená. Po jejím přiblížení jednodušším způsobem, sdělil: *„Nevím. Někdy si to, co tam dávají vezmu do hlavy a pak na to pořád myslím. To se mi někdy stane, že pak chytanu nerva a jsem zlej.“*

A znáš ve svém okolí někoho, koho média ovlivňují a jakým způsobem se to projevuje?

„Jo to asi taky jo.“ A jak se to projevuje? „To nevím.“ Chtějí třeba vypadat jako někdo z televize? „Jo, to jo. Některý kamarádi tak chtěj vypadat, tak se tak pak i oblíkají. Taky hlásí to, co bylo v televizi, ale oni vlastně říkají všelijaký hlášky.“

Máš nějakou filmovou (seriálovou) postavu, kterou obdivuješ a chtěl by ses jí podobat?

„Bruce Lee, Checky Chan, Steven Segal těm bych se chtěl podobat.“ A přímo nějakou postavu z filmu, ne herce, ale toho, koho ten herec hraje? „To asi ne, ale spíš bych teď chtěl spát.“ Mladistvý byl ubezpečen, že rozhovor už nebude dlouhou dobu trvat.

Jak se díváš na pravdivost informací uváděných v televizi či na internetu?

Po přiblížení otázky jazykovým schopnostem mladistvého, uvedl: *„V nějakých filmech je to pravda, v nějakých filmech ne.“ A třeba ve zprávách? „Na ty nekoukám, to je blbost. Ale asi to bude pravda.“*

Slyšel jsi někdy slovo mediální výchova a víš, co to znamená?

Mladistvý ihned jistě odpověděl: *„Jo.“* A co to podle tebe znamená? Po delší pauze mladistvý odpověděl: *„No to je, když...jako..no nevím.“* Takže jsi o tom nikdy neslyšel? *„Asi jsem si to s něčím splet.“*

4) NÁSILÍ:

Co si myslíš o zobrazování témat násilí, agrese a sexu v TV a internetu?

„Nevím.“ Je toho hodně nebo málo, jak se na to díváš? „*No v TV je toho hodně, toho násilí i sexu. A na internetu taky. Jo, asi je toho hodně.*“ A vadí Ti to, že je toho tolik? „*Ne, asi mi to nevadí.*“

Myslíš si, že by tyto zobrazované scény (násilí, agrese, sex) z televize či internetu mohly vést k činům ve skutečném životě?

„*Třeba když koukám na karate, tak to jo. Ale jinak takhle ne.*“

A stalo se Ti někdy něco podobného?

„*Jo, hodil jsem salto dozadu, a ty kraviny takhle. Málem jsem u toho spadl na hlavu.*“ A něco spojeného s násilím nebo sexem? „*Ne, pani to ne.*“

Jaký máš názor na násilí, které je vysíláno v televizi či zveřejňováno na internetu, je podle Tebe reálné či je to fikce?

Po vysvětlení otázky mladistvý odpověděl: „*Jo, je to pravda.*“ Všechno? „*Jo skoro jo.*“

Jakou formu řešení problémů a konfliktů v životě upřednostňuješ?

Po zjednodušení otázky mladistvý uvedl: „*Já mám takovej problém. Mě nesmí nikdo provokovat, protože když mě vyprovokuje, tak já ho nejdřív nechám, ale on mi skočí do huby a to já se pak neovládnu a jedu. Ale někdy se ovládnu. Pani, já Vám to řeknu, vadí mi bílí, ale i nějaký cikáni, nejsem rasista. Abych řekl pravdu, bílí potřebujou pořádně dostat.*“ A co Tě nejvíc vyprovokuje? „*Většinou to jsou kraviny, když se s někým pohádám kvůli blbosti. Zrovna včera jsem se popral před Merkury. Bral jsem prášky na uklidnění, ale teď už je neberu, bolela mě po nich hrozně hlava.*“

5) REKLAMA:

Co je podle Tebe reklama a proč je jí tolik kolem nás?

„*To nevím.*“ Řekni, co Tě první napadne, když se vysloví slovo reklama. „*No, když hraje televize, a pak je tam reklama, pak se to zase vrátí zpátky.*“ A proč je jí tolik? „*To nevím.*“

Jaký je Tvůj vztah k reklamám, máš nějakou oblíbenou reklamu?

Po předložení možností, zda ji má rád či nerad, mladistvý sdělil: „*Vadí mi, nemám jí rád, protože když hraje hezkej film, tak když dají reklamu, hned usnu a pak z toho filmu ni nemam. Říkám si, že musím vydržet, ale skoro vždycky usnu.*“ A když reklama běží, vnímáš jí? „*Jo, to jo, poslouchám jí.*“ A máš nějakou oblíbenou? „*Jak na ně moc nekoukám, tak nevím, asi nemam.*“

Chtěl bys žít tak jako lidé v reklamě, příp. mít to, co mají lidé zobrazovaní v reklamě, věříš reklamě?

„*Jo, asi jo. Někdy. Bude to ještě dlouho trvat? Chtěl bych spát.*“ Mladistvý byl ujištěn, že do konce rozhovoru zbývají jen poslední tři otázky.

Ovlivňuje Tě reklama, necháš se ovlivnit při nakupování zboží reklamou?

Po vysvětlení hlavní myšlenky otázky mladistvý odpověděl: „*Jo, u jídla a u hadrů, abych měl nějaký styl.*“

Přemýšlel jsi někdy o tom, nebo stalo se Ti někdy, že by sis opatřil zboží, které jsi viděl v reklamě, nelegálně?

„*Já Vám to řeknu po pravdě. Napadlo, ale já se bojím. Přijdu do obchodu, zkusím to, ale začne mi bít srdce, směju se a pak odejdu. Mám prostě strach.*“ A je to podle Tebe správné? „*No, to asi ne, ale já to stejně neudělal.*“

Jak se díváš na reklamy na alkohol?

„*Nekoukám na ně. Nepotřebuju alkohol, já piju pivo. Když je venku hezky, dáme si, ale jen trochu, nechci skončit jako můj táta, kterej hrozně chlatal.*“ Je reklamy na alkohol podle Tebe hodně? „*Nevím, jestli je jí hodně.*“ A myslíš si, že to, jak je ta reklama udělaná, že jsou tam pěkný lidi, mají hodně kamarádů a mají vše, co chtějí, může mít vliv na pití alkoholu? „*To asi ne. Jak říkám, já se na reklamy moc nekoukám,*

ale jednou jsem tam viděl reklamu na celou basu piv jenom za 60 Kč, no nekupte to, tak to jsem to pak koupil, ale to bylo jenom pivo, bylo to před půl rokem.“

ROZHOVOR Č. 4

ZÁKLADNÍ ÚDAJE O RESPONDENTOVĚ:

Mladistvý P.K., nar. 15. 2. 1993

Mladistvý pochází z úplné rodiny, matka je zdravotní sestrou v ambulanci praktického lékaře, otec dělník. Rodiče se v roce 2007 rozvedli a mladistvý byl rozhodnutím Okresního soudu v Českých Budějovicích svěřen do výchovy matce. Mladistvý je se svým otcem v kontaktu a pravidelně ho navštěvuje. Již na základní škole Dukelská 11 v Č. Budějovicích měl tehdy nezletilý problémy s chováním. V 7. třídě mu byla udělena důtka ředitele školy, v 8. třídě se opakovaně dopouštěl natolik závažných přestupků proti školnímu řádu, že v obou pololetích byl hodnocen třetím stupněm z chování. Mladistvý je veden v evidenci pedagogicko – psychologické poradny v Č. Budějovicích již od předškolního věku (především pro syndrom ADHD) a z tohoto důvodu byl také veden jako integrovaný žák. V roce 2008 byl mladistvý se souhlasem rodičů umístěn v Středisku výchovné péče. Od září roku 2009 navštěvuje mladistvý ISS Stavební Nerudova 59.

V evidenci kurátorů pro mládež je mladistvý od dubna 2004, kdy se problémy doma i ve škole začaly stupňovat. Již od začátku spolupráce byl mladistvý zařazen do terapeutické péče dětské psycholožky, poskytované v rámci oddělení kurátorů pro mládež, kam dochází doposud.

V trestní evidenci je mladistvý na oddělení kurátorů pro mládež veden od června 2004 pro provinění činu jinak trestného vydírání dle 235 odst. 1 trestního zákona, kterého se měl tehdy jako nezletilý dopustit v areálu ZŠ, kdy měl nutit své spolužáky za použití násilí a pod pohrůžkou fyzického násilí, aby mu odevzdávali své osobní věci a napovídali mu při vyučování. Věc byla pro nedostatek věku odložena. Okresní státní zastupitelství v Českých Budějovicích v této věci podalo návrh na uložení opatření podle § 93 odst. 1 zákona č. 218/2003 Sb. o odpovědnosti mládeže za protiprávní činy a o soudnictví ve věcech mládeže. Dne 29.9.2004 pak rozhodl Okresní soud v Českých

Budějovicích u tehdy nezletilého o upuštění od uložení opatření, neboť samotné projednání věci před soudem pro mládež postačilo ke splnění účelu tohoto zákona.

V květnu roku 2008 bylo oddělení kurátorů pro mládež informováno Policií ČR o provinění šíření poplašné zprávy podle § 199 odst. 1 a 2 trestního zákona, kdy mladistvý o přestávce ze svého mobilního telefonu oznámil prostřednictvím SMS na číslo patřící ZŠ zprávu: „Máte ve škole bombu“. Na místo se dostavili složky IZS, ale žádný nástražný systém nebyl nalezen. Okresní státní zastupitelství v této věci podle § 69 písm. a) zákona č.218/2003 Sb. a 307 odst. 1 trestního řádu podmíněně zastavilo trestní stíhání obviněného mladistvého a mladistvému obviněnému byla stanovena zkušební doba 18 měsíců. Mladistvý se v této zkušební době osvědčil.

1) VOLNÝ ČAS:

Kolik hodin denně máš volného času?

Mladistvý se zamyslel a odpověděl: *„Hmm, tak 3 až 5 hodin, když nemám žádnou akci.“* A jaké akce míváš? *„S klumama, se kterýma jsem chodil na počítače pořádáme různé akce, ale to vždycky tak jednou týdně.“*

Jak svůj volný čas nejčastěji trávíš?

„Bud' jsem s kamarádama venku nebo hraju na počítači. Ted' mám taky holku, tak jsem hodně s ní.“

S kým tedy nejčastěji trávíš svůj volný čas?

„No s lidma, se kterýma se bavím.“ S rodinou taky trávíš nějaký svůj volný čas? *„Jo, ale málo. Za tátou jezdím jednou za čtrnáct dní, a u mamky s přítelem bydlím, takže ty vidím každý den.“*

Jak bys tento svůj volný čas chtěl trávit, kdyby sis mohl vybrat?

Mladistvý se opět delší dobu zamyslel a pak uvedl: *„Nevím, asi bych nic neměnil, jen kdybych nemusel do školy a volno bych měl pořád. Byl bych se svojí holkou a užívali bysme si volna.“* Měli byste nějaký konkrétní program? *„Ne, dělali bysme si, co bysme zrovna chtěli.“*

K jakým typům médií máš ve svém volném čase přístup?

Mladistvý ihned pochopil otázku, nebylo třeba ani upřesňovat pojem média a sdělil: „*Mám doma televizi v pokoji a comp.*“ Co všechno máš k počítači připojeno a jako co všechno ho používáš? „*Hlavně na PC hry, internet, pouštím si na něm hudbu a koukám na filmy.*“ Čteš taky knížky nebo časopisy? „*Knížky moc ne, spíš to, co musím číst do školy, ale občas si koupím PC časopis.*“

2) VZTAH K MÉDIÍM:

Která z médií, co jsi uvedl, využíváš nejvíce?

„*Asi počítač, na něm je všechno.*“ Jako první jsi uvedl televizi, také ji využíváš? „*Jo někdy, ale spíš si stáhnu nějaký film, nebo si pustím televizi na netu. Koukám na ní třeba když jí mají v obýváku puštěnou mamka s Láďou (pozn. přítel matky), v pokoji se moc nekoukám.*“

Jak bys charakterizoval svůj vztah k médiím, které si uvedl?

Mladistvý po krátké odmlce odpověděl: „*Pomáhají mi.*“

Proč je tedy využíváš, v čem Ti pomáhají?

„*Když něco potřebuju, vždycky to najdu na netu, jsou tam všichni, když mám blbou náladu, pustím si film nebo nějaký písničky, zaparařím hru.*“ Myslíš si, že by ses bez toho obešel? „*To nevím, ještě jsem to nezkoušel.*“

Jaké typy pořadů v televizi máš nejraději – v Tvém případě v TV vysílané na internetu?

„*Mám rád filmy, hlavně komedie, pak taky akční a sci-fi.*“ Jiné pořady Tě nezajímají? „*Moc ne, jinak je tam docela nuda.*“ Jak dlouho denně koukáš takhle na televizi? „*Jak kdy, asi tak ty 3 hodiny denně.*“ A to když ji máš zapnutou, tak ji plně sleduješ? „*Když je v ní něco zajímavýho tak jo, jinak u toho dělám i jiný věci.*“ A co třeba? „*Prohlížím časopisy, jím a tak.*“

Máš nějakou oblíbenou TV stanici a pořad?

„*Ze satelitu mám rád HBO a MTV, u nás koukám občas na Primu Cool.*“ A konkrétní pořad nebo film? „*To nevím, to asi nemám. Z filmů se mi líbil Avatar a Princ z Persie.*“

Když se ještě vrátíme k tomu internetu, z jakého důvodu ho nejčastěji využíváš?

„Hledám na něm nové hry a všechno co potřebuju. Píšu si taky s kámošema, který jsou na Facebooku.“

A PC hry, jak často je denně hraješ?

„Podle nálady, někdy když mě to chytne tak hraju až do noci, ale jindy třeba vůbec.“
A jaké hry máš nejraději? *„Když mám chuť tak si zajezdím rally nebo motorky, ale nejvíc hraju válečný a akční hry.“*

3) VLIV MÉDIÍ:

Myslíš si, že Tě média ovlivňují a jakým způsobem?

„Ne, myslím si, že mě neovlivňují.“ A proč si myslíš, že Tě neovlivňují? *„No prostě mám svůj rozum a svojí hlavu a tou přemejšlím.“* Mluvíš někdy s kamarády o tom, co jsi viděl v televizi nebo na internetu? *„Jo, to jo, když třeba vyjde nějaká nová hra, tak se bavíme o recenzích, ale to ještě neznamena, že mě to ovlivní.“*

A znáš ve svém okolí někoho, koho média ovlivňují a jakým způsobem se to projevuje?

„Nevím.“ Třeba jestli na někom nepozoruješ to, že se snaží napodobovat toho, kdo často vystupuje v médiích nebo mít to, co je v médiích ukazováno apod. Poté mladistvý chvíli přemýšlel a pak odpověděl: *„No, to spíš dělají holky, některý chtějí vypadat třeba jako Paris Hilton, ale stejně se jim to skoro nikdy nepovede.“*

Máš nějakou postavu z filmu, seriálu nebo hry, kterou obdivuješ a chtěl by ses jí podobat?

„Žádnou přímo oblíbenou postavu nemám.“ A máš nějaký jiný vzor, kterému by ses chtěl v životě přiblížit? *„Ne, budu takovej, jakej budu.“*

Jak se díváš na pravdivost informací uváděných v televizi či na internetu?

„Nevím, něco asi je pravda a něco asi ne.“ Můžeš víc rozebrat, jak přesně to myslíš? *„No některý filmy jsou vymyšlený a jiný jsou třeba natočený podle skutečný události, tak pak je to pravda.“* A ve zprávách, říkají tam pravdu? *„Jo, tam jo.“*

Slyšel jsi někdy slovo mediální výchova a víš, co to znamená?

„Ne, to jsem nikdy neslyšel.“

4) NÁSILÍ:

Co si myslíš o zobrazování témat násilí, agrese a sexu v TV a internetu?

Mladistvý zprvu pouze krčil rameny, pak dodal: „*To nevím, je tam.*“ A je ho podle Tebe hodně? „*No sexu by tam mohlo být víc, ne dělám si legraci, asi je ho tam docela dost toho násilí i sexu.*“

Myslíš si, že by tyto zobrazované scény (násilí, agrese, sex) z televize či internetu mohly vést k činům ve skutečném životě?

„*Možná u někoho jo, když jenom kouká na bednu a nedělá nic jinýho.*“ A platí to i u počítačových her? „*Jo, to je asi stejný.*“

A stalo se Ti někdy něco podobného?

Mladistvý ihned suverénně odpověděl: „*Ne, mě ne.*“

Jaký máš názor na násilí, které je vysíláno v televizi či zveřejňováno na internetu, je podle Tebe reálné či je to fikce?

„*To nevím, asi když se někdo rve ve filmu, tak je to vymyšlený. Jo, jasně, to je určitě vymyšlený.*“ A v těch zprávách, které jsme už zmínili, tam je to s násilím podle Tebe jak? „*Tam nevím, asi pravda.*“

Jakou formu řešení problémů a konfliktů v životě upřednostňuješ?

„*Snažím se konflikty nevyvolávat. Když už pak nějaký s někým mám, tak to neřeším, nemám rád problémy.*“ Použiješ někdy při řešení problému násilí? „*Jak kdy, když už je to nutný, tak někdy jo.*“ A kdy je už to podle Tebe nutné? „*To záleží na tom, s kým mám problém. Když ten člověk pořád prudí a nedá pokoj, tak už pak nejde nic jinýho dělat.*“

5) REKLAMA:

Co je podle Tebe reklama a proč je jí tolik kolem nás?

„Reklama se snaží zaujmout, a právě proto je jí tolik, protože chce přilákat co nejvíc lidí.“ A přilákat na co? „Na všechno – na věci, na oblečení, na mobily, na jídlo a tak.“

Jaký je Tvůj vztah k reklamám, máš nějakou oblíbenou reklamu?

Mladistvý ihned odpověděl: „Nemám je moc rád, je jich moc. Naštěstí když si stáhnu film z netu, tak tam reklamy nejsou.“ Ale zase jsou všude na internetových stránkách? „Jo, to jo, ale na ty jenom kouknu a hned jdu dál, ale když je reklama ve filmu v televizi, tak se musí čekat až skončí.“ A máš nějakou oblíbenou reklamu? „Docela dobrá je reklama na coca-colu, pokaždý je jiná, ale vtipná.“

Chtěl bys žít tak jako lidé v reklamě, příp. mít to, co mají lidé zobrazovaní v reklamě, věříš reklamě?

Po chvíli přemýšlení mladistvý uvedl: „Lidi tam vypadají dobře, to jo, ale já reklamě nevěřím.“ A chtěl bys mít to, co se v reklamě propaguje? „Kdyby mi to někdo dal, tak bych se rozhodně nezlobil.“

Ovlivňuje Tě reklama, necháš se ovlivnit při nakupování zboží reklamou?

„Myslím si, že ne.“ Takže když vidíš nějakou novinku z oblasti her nebo počítačů tak jí nechceš zkusit? „Jo, to jo, nejdřív si přečtu recenze, a když jsou dobrý, tak si to pak koupím.“

Přemýšlel jsi někdy o tom, nebo stalo se Ti někdy, že by sis opatřil zboží, které jsi viděl v reklamě, nelegálně?

Mladistvý bez zaváhání odpověděl: „Ne, to mě nenapadlo.“ A myslíš si, že je tento způsob opatření věcí správný? „Ne. Když něco v reklamě vidím, tak se o tom bavím s kamarádama, a pak si to třeba jdu koupit.“

Jak se díváš na reklamy na alkohol?

„To je stejný jako normální reklama.“ Není tedy pro Tebe něčím zvláštním, nemáš jí např. radši než ostatní reklamy? „Ne, nemám, jen je někdy líp udělaná než ostatní.“ A myslíš si, že to, jak je reklama vytvořená, jsou v ní dokonalí lidé, mají hodně přátel a mají vše, co chtějí, může mít vliv na pití alkoholu? „To asi jo, ale mě se to netýká.“

ROZHOVOR Č. 5

ZÁKLADNÍ ÚDAJE O RESPONDENTOVI:

Mladistvý V. F., nar. 29.4. 1994

Mladistvý pochází z úplné rodiny. Jeho rodiče se v roce 1998 rozvedli a mladistvý byl Okresním soudem v Českých Budějovicích svěřen do výchovy matky. Nyní mladistvý žije ve společné domácnosti s matkou a svou polorodou sestrou, s otcem se nestýká. V roce 2008 ukončil mladistvý povinnou školní docházku a od září 2009 nastoupil na VOŠ, SPŠ automobilní a technickou v Č. Budějovicích, obor prodavač motorových vozidel. Vzhledem ke krádeži v rámci odborného výcviku, přestal být žákem této školy. Poté byl mladistvý zaevidován na úřadu práce v Českých Budějovicích jako uchazeč o zaměstnání a od září tohoto roku je již přijat na střední školu obor opravář zemědělských strojů.

V evidenci kurátorů pro mládež je mladistvý od června roku 2009, kdy se na oddělení dostavila matka s žádostí o pomoc při řešení výchovných problémů svého syna. V listopadu 2009 se mladistvý dopustil provinění krádeže podle § 247 odst. 1 písm. a) trestního zákona. Dopustil se ho tím, že z automobilní prodejny, kde vykonával odborný výcvik v rámci školní přípravy odcizil bez užití násilí celkem 8 kusů autorádií, z neuzamčené pokladny finanční hotovost a další peníze z peněženky majitele. Státní zastupitelství podle § 307 odst. 1 trestního řádu za použití § 68 a § 69 zákona o soudnictví ve věcech mládeže podmíněně zastavilo trestní stíhání obviněného mladistvého a stanovilo zkušební dobu v délce 12 měsíců. Dále byla mladistvému uložena povinnost uhradit vzniklou škodu.

Mladistvý byl také opakovaně zadržen Městskou policií v Č. Budějovicích, kdy byl zajištěn pro požívání alkoholických nápojů.

Z důvodu sebepoškozování - pálení cigaretou, povrchových řezů na předloktí při abúzu alkoholu a psychotropních látek - nastoupil mladistvý v březnu roku 2010 na diagnostický pobyt do DPL Opařany, který trval dva měsíce. Ze zprávy z DPL Opařany vyplynulo, že mladistvý je impulsivní, má zkratkovité jednání, v zátěži u něj dochází k emoční dekompenzaci. Dále má nižší frustrační toleranci, sníženou motivaci, je

nekritický. Od diagnostického pobytu v DPL Opařany je mladistvý medikován, přesto se u něj abúzus alkoholu opakuje.

Po celou dobu evidence na oddělení kurátorů pro mládež je mladistvý v péči dětské psychologičky, kam dochází doposud. Mladistvý se svojí matkou také pravidelně docházejí na kontroly na oddělení kurátorů pro mládež.

1) VOLNÝ ČAS

Kolik hodin denně máš volného času?

„Jak kdy, teď mám brigádu, tak ho moc nemám. Taky když jsem byl v Opařanech, tak jsem neměl skoro žádněj. Ale když jsem chodil do školy tak tak 5 hodin denně.“

Jak tento čas nejčastěji trávíš nebo jsi trávil?

„No asi doma, občas s kámošem venku.“ A jaká je náplň Tvého volného času, když jsi doma nebo s kamarádem? *„Když jsem doma, tak jsem většinou na počítači a když jsem s kamarádem tak jsme venku nebo jdeme do města.“*

S kým tedy nejčastěji trávíš svůj volný čas?

„No, buď jsem doma sám nebo s mámou a ségrou nebo s tím kamarádem.“

Jak bys tento svůj volný čas chtěl trávit, kdyby sis mohl vybrat?

Mladistvý chvíli přemýšlel a pak odpověděl: *„Asi bych byl chtěl být sám bez ségry, ta mě štve.“* A co bys chtěl v tomto volnu dělat? *„To nevím, cokoliv. Třeba chodit do kina, do bazénu a tak podobně.“*

K jakým typům médií máš ve svém volném čase přístup?

Po zamyšlení mladistvý uvedl: *„Máme doma dvě televize, jednu má máma v obýváku a druhou máme v pokoji, pak máme počítač, DVD přehrávač a playstation.“* Máte u počítače internet? *„Jo, ten mám já na svém notebooku.“* Čteš také knihy a časopisy? *„Jo, někdy když mám náladu tak si něco přečtu, spíš teda časopisy než knížky.“*

2) VZTAH K MÉDIÍM:

Která z médií, co jsi uvedl, využíváš nejvíce?

Mladistvý ihned odpověděl: *„Asi počítač a televizi, pak playstation.“*

Jak bys charakterizoval svůj vztah k těmto médiím, které si uvedl?

„Vztah? To nevím, asi pozitivní nebo tak nějak. Prostě si myslím, že k mému životu patří.“ A jak často denně je tak využíváš? „Počítač skoro pořád, ten zapínám už ráno a pak když přijdu domů. Na televizi se pak dívám, když už mě počítač nebaví. A playstation si zahraju tak třikrát týdně.“

Proč využíváš tyto média, co Ti to přináší?

„Odpočinek, když jsem chodil do školy, tak jsem si u počítače odpočinul a u televize taky, někdy jsem i usnul.“ Vnímáš je také jako zdroj informací? „Jo, někdy si na internetu najdu to, co potřebuju, to snad dělá každý.“ A televizi taky vnímáš takto? „To ne, tam jsou spíš věci pro ten odpočinek, když něco potřebuju najít, tak to hledám na netu.“

Jaké typy pořadů v televizi máš nejraději?

Mladistý zapřemýšlel a pak sdělil: „Pořady o autech a seriály, třeba nějaký sci- fi a kriminálky.“

Máš nějakou oblíbenou TV stanici a konkrétní pořad?

„To nevím, jestli přímo oblíbenou, ale koukám se dost na Primu a Primu Cool.“ A Tvůj oblíbený pořad? „Asi Hvězdná brána.“

Když bychom se vrátili ještě k tomu internetu co na něm nejčastěji vyhledáváš?

„Hledám na něm nějaký filmy a písničky, věci o autech, taky docela často chodím na Facebook, tam hraju různé hry a i pokecám se známýma lidma.“

3) VLIV MÉDIÍ:

Myslíš si, že Tě média ovlivňují a jakým způsobem?

„No, trošku asi jo, ale není to zas tak moc.“ A jak si myslíš, že Tě ovlivňují? „Třeba když něco hledám na tom internetu, tak třeba podle toho, co tam najdu.“

A znáš ve svém okolí někoho, koho média ovlivňují a jakým způsobem se to projevuje?

„To nevím, nikdy jsem o tom nepřemýšlel.“ A ovlivňují je tedy alespoň stejně jako Tebe? „Jo, to určitě jo, ale jestli ještě nějak jinak to nevím.“ Tak třeba televize. „No to je asi stejný, podle toho na co se koukají, ale přímo takhle nevím.“

Máš nějakou filmovou (seriálovou) postavu, kterou obdivuješ a chtěl by ses jí podobat?

„Líbí se mi Eli z Hvězdný brány.“ A chtěl by ses mu podobat? „No to zase asi ne.“

Jak se díváš na pravdivost informací uváděných v televizi či na internetu?

„No, určitě ne všechno je pravda.“ A kdybys o měl tedy nějak rozdělit na to, co podle Tebe je a co není pravda? „No tak třeba některý ty seriály jsou vymyšlený, to určitě, protože ve skutečnosti by se to nikdy nemohlo stát, ale pak je třeba něco, co je pravda.“ A to je podle tebe třeba co? „No, asi všechno ostatní.“

Slyšel jsi někdy slovo mediální výchova a víš, co to znamená?

„To nevím, asi neslyšel.“

4) NÁSILÍ:

Co si myslíš o zobrazování témat násilí, agrese a sexu v TV a internetu?

„No je tam toho dost.“ A vadí Ti to nebo co bys s tím udělal? „Ani ne, asi to tam tak má být.“

Myslíš si, že by tyto zobrazované scény (násilí, agrese, sex) z televize či internetu mohly vést k činům ve skutečném životě?

Mladistvý se na chvíli odmlčel a pak uvedl: „No u někoho asi určitě jo. Ale nevím, jak moc to člověka ovlivní.“

A stalo se Ti někdy něco podobného?

Mladistvý se opět zamyslel a odpověděl: „Ne, to asi ne.“

Jaký máš názor na násilí, které je vysíláno v televizi či zveřejňováno na internetu, je podle Tebe reálné či je to fikce?

„No většina je asi vymyšlená.“ A co třeba? „No, ve filmech a tak.“ A jak je to podle Tebe ve zprávách? „No, tam je to asi pravda.“ A když na něco podobného narazíš na internetu? „Tam je to většinou pravda.“

Jakou formu řešení problémů a konfliktů v životě upřednostňuješ?

„Snažím se to vysvětlit, někdy jsem i dost sprostěj.“ A když to vysvětlit nejde, tak děláš co? „Tak pak se to musí vyřešit jiným způsobem, třeba naznačím, co by pak mohlo

následovat.“ Používáš při tom i násilí? „Někdy je to nevyhnutelný, ale většinou si začínou ty druhý.“

5) REKLAMA:

Co je podle Tebe všechno reklama a proč je jí tolik kolem nás?

„Reklama se nás snaží nachytat na to, abysme si koupili nějaký věci.“ A proč je jí tolik? „Asi protože je hodně věcí.“

Jaký je Tvůj vztah k reklamám, máš nějakou oblíbenou reklamu?

„Reklamy mě nebaví, je jich hodně a jsou zbytečný.“ Máš nějakou oblíbenou reklamu? „Ne, to nemám.“

Chtěl bys žít tak jako lidé v reklamě, příp. mít to, co mají lidé zobrazování v reklamě, věříš reklamě?

Mladistvý se odmlčel a pak sdělil: „No někdy, tak napůl. Mohlo by to být fajn mít se tak, ale zase ne vždycky to tak jde.“

Ovlivňuje Tě reklama, necháš se ovlivnit při nakupování zboží reklamou?

„Možná asi jo.“ A jak se to projevuje? „No když jdu do obchodu a vidím něco, co jsem viděl v reklamě, tak si na to vzpomenu a třeba to koupím.“

Přemýšlel jsi někdy o tom, nebo stalo se Ti někdy, že by sis opatřil zboží, které jsi viděl v reklamě, nelegálně?

„Ne to asi ne.“ A myslíš si, že je to správné, takto si něco opatřit? „Ne, to určitě není správné.“

Jak se díváš na reklamy na alkohol?

„Nevím.“ Co bys s nimi udělal, kdybys měl moc o nich rozhodovat? „Asi bych to nechal tak jak to je doteď.“ A myslíš si, že to jak jsou lidé v té reklamě prezentováni, jsou šťastní, nemají žádné problémy, mají hodně kamarádů, může mít vliv na pití alkoholu? „To nevím, na to jsem nikdy nemyslel, ale možná jo.“

ROZHOVOR Č. 6

ZÁKLADNÍ ÚDAJE O RESPONDENTOVI:

Mladistvá I. O., nar. 5. 1. 1994

Mladistvá žije v doplněné rodině s matkou a jejím druhým manželem a nevlastní mladší sestrou. Doma se často vyskytují konflikty a hádky. Matka je vedena jako uchazečka o zaměstnání na úřadu práce v Českých Budějovicích, otec je taktéž nezaměstnaný. Otec byl v roce 2008 vyšetřován ve věci pohlavního zneužívání v té době nezletilé, bližší okolnosti ani výsledky vyšetřování nejsou známy.

V evidenci kurátorů pro mládež je mladistvá od února roku 2009, kdy se na oddělení obrátila základní škola J.Š. Baara s žádostí o pomoc při řešení neomluvených absencí a kázeňských problémů dívky. V té době nezletilá měla za 1. pololetí celkem 309 neomluvených hodin, a proto opakovala 8. ročník základní školy. Na základě problémů s chováním byla v té době nezletilá zařazena do programu ve Středisku výchovné péče. Se zařízením však nespolupracovala a nastalo zhoršování situace.

Oddělení kurátorů pro mládež bylo mezitím také kontaktováno Policií ČR s informací o šetření činu jinak trestného krádeže dle § 247 odst. 1, písm..a) trestního zákona, když v té době nezletilá společně s dalším nezletilým odcizila zboží z prodejny Albert. Věc byla pro nedostatek věku pachatele odložena. Poté podalo Okresní státní zastupitelství v Českých Budějovicích návrh na uložení opatření dle § 93 odst. 1 zák.č. 218/2003 Sb. o odpovědnosti mládeže za protiprávní činy o soudnictví ve věcech mládeže a Okresní soud v Českých Budějovicích rozhodl v té době u nezletilé o upuštění od uložení opatření, neboť samotné projednání věci před soudem pro mládež postačilo ke splnění účelu tohoto zákona.

V té době nezletilá utíkala v krátkých intervalech z domu, byla v pátrání Policie ČR, a tak matka požádala SPOD o pomoc při řešení těchto problémů. Na základě návrhu SPOD Okresní soud v Českých Budějovicích vydal předběžné opatření a v té době nezletilá nastoupila na dvouměsíční diagnostický pobyt do DDÚ Homole. Během tohoto diagnostického pobytu v té době nezletilá opakovaně utíkala. Z důvodu ukončení povinné školní docházky byla mladistvá přemístěna do VÚ, DDŠ, SŠ, ZŠ a ŠJ Počátky

a v červenci roku 2009 rozhodl Okresní soud v Českých Budějovicích u mladistvé o zrušení ústavní výchovy a o nařízení soudního dohledu. Od ukončení povinné školní docházky mladistvá na jinou školu nenastoupila a v současné době je sankčně vyřazena z úřadu práce, chodí pouze na příležitostné brigády.

Na základě uloženého soudního dohledu mladistvá se svojí matkou pravidelně dochází na oddělení kurátorů pro mládež za účelem kontrol v rámci tohoto soudního dohledu.

1) VOLNÝ ČAS:

Kolik hodin denně máš volného času?

„No teď když mám brigádu, tak tak 2 až 3 hodiny denně, když děti usnou (pozn. mladistvá brigádě hlídá děti) a pak večer.“ A když jsi brigádu neměla? *„No, předtím jsem vlastně jen udělala něco doma, vyvenčila psy a mohla jsem si dělat, co jsem chtěla. Takže většinou tak od odpoledne.“*

Jak tento čas nejčastěji trávíš nyní či jak si ho trávila předtím?

„Hlídám ségru, nebo jsem u babičky na chalupě, tam jí pomáhám, přes odpoledne jsem u kamarádek a taky chodím venčit psy do útulku.“

S kým tedy nejčastěji trávíš svůj volný čas?

„No nejvíc asi s kamarádkou.“ S matkou a jejím manželem jsi také? *„Teď s mamkou ne, pořád se hádáme, tak jsem radši s babičkou. S mamky manželem nejsem skoro nikdy, ten je divnej.“*

Jak bys tento svůj volný čas chtěla trávit, kdyby sis mohla vybrat?

Mladistvá chvíli přemýšlela a po ujištění, že se může jednat pouze o představu, odpověděla: *„Já bych strašně chtěla mít sto psů, hodně koní a mít svojí farmu, kde bych je chovala.“*

K jakým typům médií máš ve svém volném čase přístup?

„Máme doma tři televize, já mám svůj notebook s internetem a stolní počítač, DVD přehrávač a tak.“ Máte také rádio? *„Jo, to máme asi čtyři.“* A čteš taky knížky nebo časopisy? *„Kničky teda vůbec, akorát teď jsem si koupila vtipy, je jich tam hrozně moc, tak ty čtu. A časopisy, ty si kupuju, třeba Bravo, Katku, Chvilku pro Tebe a tak.“*

2) VZTAH K MÉDIÍM:

Která z médií, co jsi uvedla, využíváš nejvíce?

Mladistvá váhala a poté uvedla: „*No asi notebook, pak televizi.*“

Jak bys charakterizovala svůj vztah k médiím, které si uvedla?

„*To nevím.*“ Mladistvá byla informována o tom, že pokud tato média využívá, zřejmě k nim má i nějaký vztah a byla požádána, aby uvedla, co si o médiích myslí. Na to mladistvá odpověděla: „*Tak vztah k nim asi trochu mám. Nevím, nevadí mi, koukám na ně nebo je používám, ale nesedím u nich 24 hodin denně.*“

Proč využíváš tyto média, co Ti to přináší?

„*Nejvíc to, že si můžu s někým psát, kamarádkama a kamarádama, vím co zrovna dělají a tak. Jinak si taky stahuju fotky do počítače, někdy i písničky a filmy.*“

A televizi, kterou jsi také zmínila?

„*No tu zapnu, když nemám co dělat, třeba při snídani a tak.*“ A denně, kdybys to měla odhadnout, jí máš zapnutou jak dlouho? „*Tak v průměru 7 hodin.*“ To jí opravdu sleduješ? „*Ne to při tom i něco dělám - uklízím, jím, hraju si se ségrou.*“ A plně jí sleduješ denně jak dlouho? „*To tak ty 3 hodiny, když dávají nějaký hezkej film nebo tak.*“

A jak dlouho jsi denně na internetu?

„*Nevím tak ty 3 hodiny denně.*“

A na jaké stránky na internetu nejčastěji navštěvuješ?

„*Na internetu chodím hlavně na Facebook nebo na Lidé.cz.*“

V televizi máš pak oblíbené nějaké typy pořadů?

„*Filmy a seriály.*“ A jakého typu? „*Seriály český, některý i americký, z filmů pak komedie, ale mám ráda i kriminálky.*“

Máš nějakou oblíbenou TV stanici a konkrétní pořad?

„*Nejvíc se dívám na Novu.*“ Ještě nějaké další? „*Pak asi Prima a Prima Cool.*“ A co oblíbený pořad? „*Asi Ordinace v Růžové zahradě nebo Ulice, ty se mi líbí, jinak spíš když dávají nějaký pěkný film, tak se na něj taky podívám.*“

3) VLIV MÉDIÍ:

Myslíš si, že Tě média ovlivňují a jakým způsobem?

„*Ne.*“ A proč si toto myslíš, mohla bys to vysvětlit? „*To nevím, ale prostě si myslím, že mě neovlivňují.*“

A znáš ve svém okolí někoho, koho média ovlivňují a jakým způsobem se to projevuje?

„*Jo, to jo.*“ A koho například? „*Mojí ségru, ta když se má učit nebo doma něco udělat tak sedí u počítače na Facebooku nebo čučí na televizi a pak se chová jako koza.*“

Máš nějakou filmovou (seriálovou) postavu, kterou obdivuješ a chtěla by ses jí podobat?

Zprvu mladistvá uvedla: „*To asi ne.*“ Poté byla ujištěna, že se může jednat i osobu či postavu, která je jí sympatická, milá apod. Na toto mladistvá odpověděla: „*Tak to jako herečka se mi líbí Dana Morávková, tu mám ráda skoro ve všem.*“

Jak se díváš na pravdivost informací uváděných v televizi či na internetu?

„*Jak co asi.*“ Mohla bys být konkrétnější? Mladistvá dlouhou dobu přemýšlela a pak uvedla: „*No třeba na Facebooku to vždycky pravda být nemusí, stejně jako v některých filmech.*“ A ve zprávách? „*No tam si myslím, by měli říkat pravdu.*“

Slyšela jsi někdy slovo mediální výchova a víš, co to znamená?

„*Mediální výchova?*“ Dotázala se zprvu mladistvá a pak odpověděla: „*To fakt nevím.*“

4) NÁSILÍ:

Co si myslíš o zobrazování témat násilí, agrese a sexu v TV a internetu?

„*Je ho podle mě hodně.*“ A co to podle Tebe znamená, jak se na to díváš? „*No když na to chodí malé děti, tak to určitě není dobře. Já už třeba něco chápu, a tak mě to nemůže tak ovlivnit jako je.*“

Myslíš si, že by tyto zobrazované scény (násilí, agrese, sex) z televize či internetu mohly vést k činům ve skutečném životě?

Mladistvá chvíli mlčela a pak odpověděla: „*Jo, myslím si, že jo.*“

A stalo se Ti někdy něco podobného?

„Mně konkrétně ne, ale myslím si, že by se to někomu jinému stát mohlo.“

Jaký máš názor na násilí, které je vysíláno v televizi či zobrazováno na internetu, je podle Tebe reálné či je to fikce?

„No to, co všude možně ukazují na internetu, co dělají s dětma, tak to bude pravda, i když hrozná. Jinak to asi pravda není.“ A ve zprávách, které jsme již zmínili? *„Tam jo, tak to bude taky pravda.“*

Jakou formu řešení problémů a konfliktů v životě upřednostňuješ?

„Pokud je to závažnější problém, tak to za mě řeší většinou moji kamarádi. Já se do toho nezapojuju. Jinak si toho nevšímám.“ A používají Tvoji kamarádi taky násilí? *„Pokud jde o něco špatného, tak jo. Jsou to moji dva kamarádi, nejsou to žádný feťáci, ty mě dostali z průšvihů. Vždycky přijedou, i kdyby měli být v Praze a všechno vyřeší.“*

5) REKLAMA:

Co je podle Tebe všechno reklama a proč je jí tolik kolem nás?

„To nevím, co je reklama.“ Tak co Tě první napadne, když se vysloví reklama? *„No co, je to na nový zboží, jak dělají ty kraviny.“* A proč je jí podle Tebe tak moc? *„No, aby nás upoutali, abysme si ty věci kúpovali a abysme měli zájem.“*

Jaký je Tvůj vztah k reklamám, máš nějakou oblíbenou reklamu?

„Nemám asi žádný. Když jí vidím, tak přepínám, když skončí film a začne reklama, tak odcházím a počkám až zase začne film.“ A nějakou oblíbenou máš? *„Oblíbenou, to asi ne.“*

Chtěla bys žít tak jako lidé v reklamě, příp. mít to, co mají lidé zobrazovaní v reklamě, věříš reklamě?

„Ne, nevěřím. Někomu to možná jde žít tak jako v reklamě, ale všichni tak žít nemůžou, protože kdyby tak žít mohli, nebyli bysme v takový krizi.“

Ovlivňuje Tě reklama, necháš se ovlivnit při nakupování zboží reklamou?

„Ne.“ A podle čeho nakupuješ? *„Většinou podle slev, teď když sama vydělávám, tak vím, jaký to je.“* A jak zjistíš, že je něco zrovna ve slevě? *„Z letáků, akcí v televizi nebo přímo v obchodě.“*

Přemýšlela jsi někdy o tom, nebo stalo se Ti někdy, že by sis opatřila zboží, které jsi viděla v reklamě, nelegálně?

„Ne, to mě nikdy nenapadlo a ani jsem to nikdy neudělala. Když peníze na to, co vidím, nemám, tak si to prostě musím koupit jindy.“

Jak se díváš na reklamy na alkohol?

„Nevím, nevnímám jí. Já alkohol nepotřebuju pít. Je mi to nějak jedno. Ostatní ho pijou, já ne. Vím, jak dopadl můj táta a od té doby k tomu mám odpor. Když třeba slavíme nějaký narozeniny, tak si radši dám colu.“ A myslíš si, že to, jak je reklama vytvořená, jsou v ní dokonalí lidé, mají hodně přátel a mají vše, co chtějí, může mít vliv na pití alkoholu? *„Jo, to určitě může, já už to třeba chápu, ale můžou být lidi, který to zláká.“*

ROZHOVOR Č. 7

ZÁKLADNÍ ÚDAJE O RESPONDENTOVÍ:

Nezletilý R. G., nar. 9. 5. 1999

Nezletilý se narodil z družského poměru matky a otce, v současné době vyrůstá ve společné domácnosti se svými třemi rodnými sourozenci. O děti se stará otec, matka je nyní ve VTOS ve Světlé nad Sázavou. Další bratr je umístěn v VÚ Vidnava.

Nezletilý v současné době ukončil 3.D třídu v základní škole O. Nedbala v Č. Budějovicích, 1. třídu zde opakoval. Ve škole je nezletilý hodnocen jako problémový žák. Škola opakovaně řeší jeho neomluvené absence a sporné omlouvání jeho absencí. Ve škole je nezletilý kázeňsky trestán, v tomto školním roce mu byl opakovaně udělen třetí stupeň z chování za kázeňské přestupky a neplnění školních povinností. V kolektivu třídy není nezletilý oblíben, při hodinách vyrušuje a vyhrožuje spolužákům.

V trestní evidenci kurátorů pro mládež je nezletilý od ledna roku 2006 pro provinění jinak trestného činu krádeže dle § 247 odst. 1, písm.a) trestního zákona, když společně s dalším nezletilým odcizil zboží z prodejny Datart. Věc byla pro nedostatek věku pachatele odložena. Poté podalo Okresní státní zastupitelství v Českých Budějovicích návrh na uložení opatření dle § 93 odst. 1 zák.č. 218/2003 Sb. o

odpovědnosti mládeže za protiprávní činy o soudnictví ve věcech mládeže a Okresní soud v Českých Budějovicích uložil nezletilému dohled probačního úředníka.

V listopadu roku 2007 se nezletilý dopustil provinění jinak trestného činu loupeže dle § 234 odst. 1 trestního zákona, kterého se dopustil společně se svým bratrem a dalšími nezletilými. Věc byla pro nedostatek věku odložena. Poté podalo Okresní státní zastupitelství v Českých Budějovicích návrh na uložení opatření dle § 93 odst. 1 zák. č. 218/2003 Sb. o odpovědnosti mládeže za protiprávní činy o soudnictví ve věcech mládeže a Okresním soudem v Českých Budějovicích byl nezletilému uložen dohled probačního úředníka.

V červnu roku 2008 se nezletilý dopustil provinění jinak trestného činu loupeže dle § 234 odst. 1 trestního zákona formou spolupachatelství, společně se svým nezletilým bratrem. Věc byla pro nedostatek věku odložena. Poté podalo Okresní státní zastupitelství v Českých Budějovicích návrh na uložení opatření dle § 93 odst. 1 zák. č. 218/2003 Sb. o odpovědnosti mládeže za protiprávní činy o soudnictví ve věcech mládeže a Okresní soud v Českých Budějovicích uložil dohled probačního úředníka.

V srpnu roku 2008 se nezletilý dopustil provinění jinak trestného činu loupeže dle § 234 odst. 1 trestního zákona formou spolupachatelství, kterého se dopustil společně se svým nezletilým bratrem a dalším nezletilým. Věc byla pro nedostatek věku odložena. Poté podalo Okresní státní zastupitelství v Českých Budějovicích návrh na uložení opatření dle § 93 odst. 1 zák. č. 218/2003 Sb. o odpovědnosti mládeže za protiprávní činy o soudnictví ve věcech mládeže a Okresní soud v Českých Budějovicích uložil nezletilému zařazení do terapeutického, psychologického nebo jiného vhodného výchovného programu ve středisku výchovné péče.

V říjnu roku 2008 bylo oddělení kurátorů pro mládež informováno Policií ČR o provádění šetření ve věci jinak trestného činu krádeže a porušování domovní svobody, kterého se měl nezletilý dopustit společně s dalším nezletilým. Nezletilí měli vniknout za pomoci shodného klíče do bytu, kde odcizili elektroniku a finanční hotovost. Věc byla vzhledem k věku pachatelů odložena jako přestupek proti majetku dle § 50 odst.1, písm.a) přestupkového zákona.

V březnu 2009 se nezletilý dopustil provinění jinak trestného činu loupeže dle § 234 odst. 1 trestního zákona formou spolupachatelství, kterého se dopustil společně s dalším nezletilým. Věc byla pro nedostatek věku odložena. Poté podalo Okresní státní zastupitelství v Českých Budějovicích návrh na uložení opatření dle § 93 odst. 1 zák. č. 218/2003 Sb. o odpovědnosti mládeže za protiprávní činy o soudnictví ve věcech mládeže a Okresní soud v Českých Budějovicích uložil nezletilému napomenutí s výstrahou.

V březnu roku 2010 se nezletilý dopustil provinění jinak trestného činu loupeže dle § 173 odst. trestního zákoníku, kdy poškozeného fyzicky napadl a snažil se mu ukrást mobilní telefon, což se mu nakonec nepovedlo. Tato věc byla pro nedostatek věku odložena. Poté byl Okresním státním zastupitelstvím podán návrh na uložení opatření podle § 93 odst.1 zákona č.218/2003 Sb. o odpovědnosti mládeže za protiprávní činy a o soudnictví ve věcech mládeže. Nezletilému bylo navrženo uložení výchovného opatření ochranná výchova. Soudní jednání v této věci je stanoveno na srpen tohoto roku.

Rodina se na oddělení kurátorů pro mládež dostavuje k pravidelným schůzkám v souvislosti s trestnou činností nezletilého a jeho bratra. Spolupráce je však velmi komplikovaná.

1) VOLNÝ ČAS

Kolik hodin denně máš volného času?

„Nevím.“ Jak dlouho si můžeš dělat, co chceš a nemusíš být ve škole nebo někde jinde, kde Tě nutí něco dělat? *„Když přijdu domu ze školy, tak můžu být venku až do 7, někdy do 8 hodin večer.“*

Jak tento čas nejčastěji trávíš, co děláš, když máš volno?

„Jsem venku, můžu být před barákem, někdy jdeme i do města.“ Navštěvuješ také nějaký nízkoprahový klub? *„Jo, občas zajdu do Jirola, ale je to dost daleko.“*

S kým tedy nejčastěji jsi když máš volno?

„S kamarádama venku.“ A taťkovi doma pomáháš? *„Jo, občas, když po mě něco chce.“*

Jak bys tento svůj volný čas chtěl trávit, kdyby sis mohl vybrat?

„Nevím, asi venku.“ A co bys tam chtěl dělat? „Nevím. Být venku s kamarádama.“

K jakým typům médií máš ve svém volném čase přístup?

Nezletilý nevěděl na co je tázán ani po vysvětlení otázky jednodušším způsobem, proto musel být zvolen výčet médií. Poté nezletilý odpověděl: „Máme doma televizi a rádio.“ Máš přístup k internetu? „Jo, když chodím do Jirola.“ Knížky nebo časopisy někdy čteš? „Ne, nečtu, to mě nebaví.“

2) VZTAH K MÉDIÍM:

Která z médií, co jsi uvedl, využíváš nejvíce?

Po použití jiných slov v otázce nezletilý uvedl: „Rád koukám na televizi a tancovat na hudbu mě taky baví.“

Jak bys charakterizoval svůj vztah k televizi a rádiu, které máte doma?

Nezletilý pouze krčil rameny. Na doplňující otázku, zda ví, co znamená slovo vztah, odpověděl, že neví. Proto musela být otázka vysvětlena jiným způsobem a poté nezletilý odpověděl: „Mám je rád.“ Jak dlouho denně se díváš na televizi, kdybys to měl odhadnout? „Máme jí doma zapnutou pořád.“ A to se na ni celou dobu opravdu díváš? „Když jsem doma, tak jo.“ A děláš u toho taky ještě něco jiného? „Jo, třeba jím.“

Proč je používáš, co Ti to přináší?

Nezletilý opět odpověděl: „To nevím.“ Poté ještě dodal: „Když je televize zapnutá, tak se na ní koukám, třeba když je škaredý počasí. Když je venku hezky radši jdu ven za klukama.“

Jaké typy pořadů v televizi máš nejraději?

Nejprve muselo být nezletilému vysvětleno, co znamená slovo pořad a poté uvedl: „Je mi to jedno, když je to sranda, tak je to lepší.“

Máš nějakou oblíbenou TV stanici a určitý pořad?

Opět bylo vysvětleno, co se skrývá pod názvem televizní stanice, poté nezletilý sdělil: „Asi Nova a Prima.“ A nějaký pořad, který máš rád? „Mám rád Xenu, to je seriál. Ona je hezká a umí se i prát.“

3) VLIV MÉDIÍ:

Myslíš si, že Tě televize ovlivňuje a jak?

Po vysvětlení otázky jednodušším způsobem nezletilý uvedl: „*Ne.*“ A proč si to myslíš? „*To nevím, ale určitě ne.*“

A znáš ve svém okolí někoho, koho televize ovlivňuje a jak se to projevuje?

„*Nevím, třeba, že některý kluci chtějí mít to, co ukazují v televizi a když to pak mají, tak se vychloubají.*“

Máš nějakou filmovou (seriálovou) postavu, kterou obdivuješ a chtěl by ses jí podobat?

Na tuto otázku nezletilý ihned odpověděl: „*Líbí se mi Xena a její kamarádka Gabriela. Pak se mi líbí taky Spiderman.*“

Jak se díváš na pravdivost informací uváděných v televizi?

Po položení jednodušší otázky se stejným významem nezletilý odpověděl: „*Jo, je to pravda.*“ A všechno, co v televizi ukazují je pravda? „*Jo, asi všechno.*“

Slyšel jsi někdy slovo mediální výchova a víš, co to znamená?

„*To teda neslyšel.*“

4) NÁSILÍ:

Co si myslíš o zobrazování témat násilí, agrese a sexu v TV nebo na internetu?

Předtím byla položena ještě doplňující otázka, zda nezletilý ví, co si má představit pod těmito pojmy. Překvapivě věděl a tak byl dotázán, co si myslí o ukazování takových věcí v televizi. Nezletilý uvedl: „*Nevím, když se na to někdo kouká, tak se kouká.*“ A myslíš si, že to platí i u dětí? „*No to by asi táta nebo máma měli zakázat, když je to něco ošklivého.*“ A jak je to u vás doma? „*Někdy mě táta od televize vyžene.*“

Myslíš si, že by tyhle věci (násilí, agrese, sex) z televize a internetu mohly vést k tomu, že by to pak někdo udělal ve skutečném životě?

Nezletilý dlouho přemýšlel a pak sdělil: „*To nevím, asi jo.*“

A stalo se Ti někdy něco podobného?

Nezletilý ihned odpověděl: „*Ne, mě ne.*“

Jaký máš názor na násilí, které je vysíláno v televizi nebo na internetu, je podle Tebe reálné či je to fikce?

Otázku bylo nutné opět položit jednodušeji a poté nezletilý uvedl: „*Jo, asi je to pravda.*“ Všechno je to pravda? „*Asi jo.*“ A třeba v té Tvé oblíbené Xeně? „*Tam asi taky.*“

Jak řešíš to, když máš s někým problém nebo konflikt?

„*Nevím, nebavím se s ním.*“ A když Ti nedá pokoj a provokuje Tě a musíš to nějak vyřešit? „*Tak si na něj někde počkám, protože provokovat se nenechám.*“ A facky taky používáš nebo tohle neděláš? „*Jo dám mu facku, když mě hodně naštvě, tak jo.*“

5) REKLAMA:

Co je podle Tebe všechno reklama a proč je jí tolik kolem nás?

„*Reklama? To nevím.*“ Co Tě první napadne když se řekne tohle slovo? „*Nevím, asi že je zrovna pauza.*“ A proč si myslíš, že je jí tolik, nebo je jí podle Tebe vůbec hodně? „*Nevím, asi je jí hodně, protože když se dívám na film tak je jí tam hodně.*“ A proč je jí teda hodně? „*Aby se mohly udělat přestávky ve filmu.*“

Jaký je Tvůj vztah k reklamám, máš nějakou oblíbenou reklamu?

„*Reklamy rád nemám, protože ruší film.*“ A když takto film přeruší, díváš se na ně? „*Jo, to jo, ale radši bych, kdyby tam nebyly.*“ A máš teda nějakou oblíbenou, která Ti nevadí a líbí se Ti, rád se na ní třeba koukneš? „*No třeba na tu Veselou krávu, tam hezky zpívají.*“

Chtěl bys žít tak jako lidé v reklamě, příp. mít to, co mají lidé v reklamě, věříš jí, myslíš si, že takhle fajn by to mohlo být i ve skutečnosti?

Nezletilý chvíli přemýšlel a pak odpověděl: „*Jo, asi by to bylo dobrý.*“ Takže jak se díváš na to, co tam ukazují, věříš tomu? „*Jo, něco je určitě tak dobrý, ale něco třeba asi zase ne. Já fakt nevím.*“

Když nakupuješ, myslíš při tom na to, co ukazovali v reklamě?

„*U nás nakupuje hlavně táta a babička.*“ A když jdeš s nimi? „*No tak mi táta třeba někdy koupí, to co si chci, když ho přemluvím.*“ A co po něm nejčastěji chceš? „*Colu, ta*

mi chutná a pak Chipsy.“ A který chipsy máš nejradši? „Je mi to jedno, ale teď kupujeme jedny, kde jsou nějaký kódy a dá se tam vyhrát peníze.“

Přemýšlel jsi někdy o tom, nebo stalo se Ti někdy, že by sis vzal v obchodě věc, kterou jsi viděl v reklamě?

„No jednou mi táta nechtěl koupit Kinder vajíčko, tak jsem si ho v obchodě vzal. Ale to jsem byl ještě malej.“ A myslíš si, že je to správné? „Asi ne.“

Jak se díváš na reklamy na alkohol?

Nezletilý opět chvíli přemýšlel, nevěděl jak odpovědět a pak uvedl: *„Nevím, asi mi nevdí.“* A znáš nějakou? *„Jo, to jo, ale je to asi stejný jako všechny ostatní.“* A víš od kolika let se smí pít alkohol? *„Jo, asi od 15 nebo tak nějak.“* A myslíš si, že to, jak je ta reklama pěkně udělaná, že lidi v ní se mají dobře, mají hodně kamarádů, může někoho ovlivnit k pití alkoholu? *„To nevím, asi může.“*

4.2 Odpovědi dětského klinického psychologa, pracovníka PMS ČR a kurátorů pro mládež

V této kapitole jsou uváděny odpovědi získané na základě rozhovorů s dětským klinickým psychologem, pracovníkem PMS ČR a kurátory pro mládež. Pro potřeby výzkumu bylo osloveno celkem pět respondentů, všechny oslovené byly ženy.

Jaká je Vaše profese a jak dlouho ji vykonáváte?

R1: „Jsem dětská klinická psycholožka a už to bude 40 let mé praxe.“

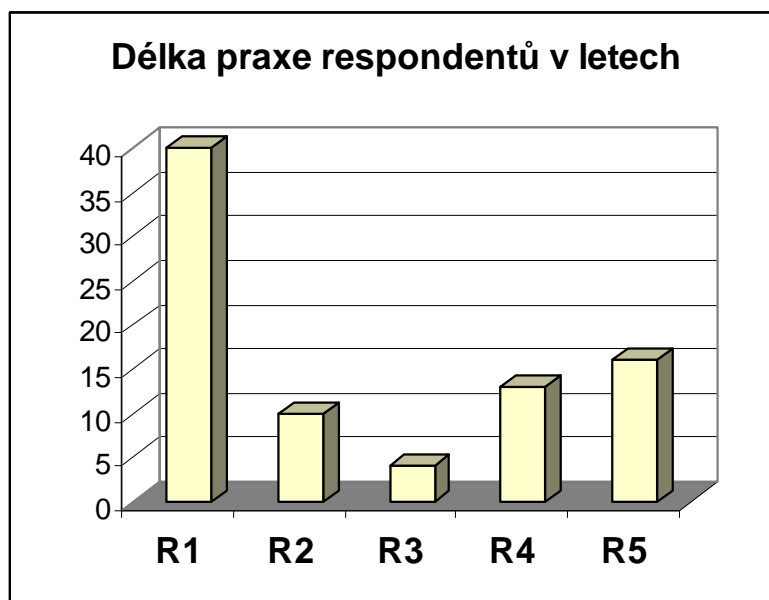
R2: „Pracuji v Probační a mediační službě (PMS ČR), mám na starosti nezletilé a mladistvé pachatele a dělám to od vzniku našeho střediska, takže to bude 10 let.“

R3: „Dělám kurátora pro mládež 4 roky a okolo 15 let pracuji s dětmi a mladistvými v rámci svého volného času ve skautu.“

R4: „Já pracuji jako kurátor pro mládež a už to je 13 let, co vykonávám tuto profesi.“

R5: „Mojí profesí je kurátor pro mládež a dělám ho 16 let.“

Graf 2: Délka odborné praxe respondentů v letech



Zdroj: Vlastní výzkum

1) VOLNÝ ČAS:

Kolik hodin denně mají děti a mladiství volného času?

Zde bylo nutné rozdělit kategorii mládeže podle věku. Všichni respondenti se shodli na tom, že mladší děti zhruba do 12 let mají volného času méně, děti staršího školního věku a mladiství ho mají více. Níže jsou uvedeny některé z odpovědí.

R1: „U předškolních dětí si netroufnu odhadnout kolik přesně, jelikož jsou pod kontrolou rodičů. U školní mládeže si myslím, že je to tak okolo 2 – 3 hodin denně, který tráví bez vlivu rodiny, u mladistvých se to pak ještě natáhne např. u problémové mládeže záškoláctvím a volného času mohou mít až 8 hodin denně.“

R2: „To si myslím, že je různé, podle věku, mladší děti ho mají méně, s věkem ho přibývá.“

Jak a s kým tento volný čas tráví?

R1: „Já odpovídám za mládež, se kterou se stýkám v ordinaci – tedy tzv. problémovou mládež. Předškoláci jsou většinu času v zařízení, v jeslích, školkách, poté jsou nejčastěji venku s dozorem rodičů, pořádají různé výlety, procházky, je to více řízené. Ve školním věku se rozvolňuje vliv rodičů, a volný čas hraje ve prospěch masmédií s nižší kontrolou rodičů. Do 12 let hodně koukají na „pitomé“ seriály v odpoledních hodinách a pouští si PC, dostat je z domu mezi vrstevníky je obtížné, tedy pokud nemají nějaký sport či jinou aktivitu, kterou kontrolují rodiče. Starší, tedy tak 13 let a výše, pro ty je ve volném čase prioritou Facebook a komunikace přes počítač. Mladiství potom objeví partu, ke které se připojuje kouření a alkohol, často také hrají střílečky na počítači.“

R2: „To je různé, podle mě jsou pryč doby, kdy děti běhaly venku na sídlišti. Mladší děti ze sociálně silnějších rodin mají hodně kroužků, mají vše nalajnované, chybí zde spontánnost, děti ze sociálně slabších rodin využívají často nízkoprahová zařízení, centra a pokud je venku hezky, tak se vyskytují hodně venku. Hodně procent doby strávené venku také nyní nahrazuje počítač nebo více času tráví doma než venku na veřejném prostranství.“

R3: „Jsou děti, které mají tzv. překroužkováno, rodiče je všude vozí a tak volný čas nemají téměř žádný. Od pondělí do pátku mají tréninky, dělají sport, aby vypadaly

dobře, k tomu se přidává klavír, jazyky apod. Toto je extrém. Druhým extrémem jsou děti, které nemají nic a poflakují se na ulici. Něco mezi jsou děti, které mají cca 1 kroužek týdně.“

R4: *„Menší děti tráví více času s rodinou a na kroužcích, starší děti a mladiství ve volném čase nejvíce zajímá počítač, ale i alkohol, marihuana, občas sport a hudba. V poslední době také přátelství s virtuálními kamarády přes počítač.“*

R5: *„Mladší děti do těch 10 let mají hodně zájmových aktivit a ve volném čase se stýkají s kamarády, lítají venku a také hodně sledují televizní pořady. Ve vyšším věku pak převládají kamarádi a parta, až poté tráví svůj volný čas s rodinou. V tomto věku hraje také velkou roli počítač.“*

Jak a s kým by chtěli svůj volný čas trávit, kdyby si mohli vybrat?

Z odpovědí vyplynulo, že by děti a mladiství chtěli svůj volný čas trávit převážně nečinností, bez jakékoli kontroly. Níže jsou uvedeny některé z odpovědí.

R1: *„Bez dozoru, s množstvím peněz, bez kontroly institucí, v partě kluků a holek. Mladší děti by ho chtěly trávit nejlépe s počítačem či televizí, s velkým množstvím brambůrků. Starší děti a mladiství pak s cigaretami, alkoholem a sexuálními partnery či partnerkami. Paradoxně v tomto věku se dovořením přístupu na počítač snižuje touha po jeho užívání a tím spojených excesech.“*

R2: *„To vůbec netuším, když ve své práci kladu tyto typy otázek, tak oni nemají ani nápad, nemají cíl, sen. Až na sugestivně kladené otázky typu „chtěl bys cestovat?“ pak odpoví např. „jo to bych chtěl“, ale samotné je nic nenapadne.“*

K jakým typům médií mají děti a mladiství přístup?

Z odpovědí vyšlo najevo, že v současné společnosti mají děti a mladiství přístup téměř ke všem typům médií, a to překvapivě bez ohledu na sociální prostředí rodiny. Některé odpovědi zněly například takto.

R1: *„V dnešní době ke všem, a to včetně pornografie. Měla jsem v ordinaci případ, kdy děti četly kriminologický sborník, který jim vůbec nepatří do ruky. Veškeré informace jsou dostupné na internetu, nevyjímaje návodů na výrobu atomové bomby. I malé děti jsou seznamováni s médii prostřednictvím svých starších sourozenců.“*

R2: „K počítači – tedy i internetu, veškeré sociální sítě zde procházejí kupodivu napříč sociálním spektrem, počítač je téměř ve všech domácnostech, televize je zapnutá jako kulisa, nevnímají ji, je pouze zapnutá. Také často na počítači hrají počítačové hry.“

2) VZTAH K MÉDIÍM:

Která z médií využívají děti a mladiství nejvíce a proč?

R1: „U menších jednoznačně televize – zde je velkým nebezpečím reklama centrována na děti. Dále také možnost bezbřehé komunikace prostřednictvím internetu.“

R2: „Určitě počítač, ten jim hodně nahrazuje sociální vztahy, zajímá je nejvíce komunikace a hry.“

R3: „Menší děti určitě televizi, počítač. Starší děti a mladiství, tak od těch 12 let, využívají nejvíce internet, využívají komunikaci přes Facebook, různé chaty apod.“

R4: „Nejvíce podle mého názoru mladiství využívají PC – internet a hry. Menší děti sledují nejvíce televizi.“

R5: „Asi televize a internet, jsou to pro ně dostupná média.“

Jak byste charakterizovala jejich vztah k těmto médiím?

R1: „V dnešní době je problém komunikace dětí tváří v tvář s vrstevníky, rodinou. Pokud by si problémové dítě mělo vybrat mezi touto komunikací a komunikací prostřednictvím počítače, vybere si druhou variantu. Do tohoto však nepatří romské děti. Do ordinace mi chodí především malé romské děti, u těch tento jev vidět není, ti na počítači spíše hrají primitivní hry, nevyužívají ho tedy jako komunikační prostředek, ale spíše pro jeho zábavnou funkci.“

R2: „Podle mne to někdy až hraničí se závislostí. To také dokazuje to, že se sourozenci např. perou o počítač, kdy v tomto případě jdou stranou reálné vztahy kvůli umělé realitě.“

R3: „Já bych řekla, že v některých případech se jedná o závislost. Sama to vidím ve svém okolí, když se s někým potřebuji dohodnout, je to reálné jen přes Facebook či ICQ. K tomuto způsobu komunikace je člověk v podstatě donucen okolím, když ostatní upřednostňují pouze tuto komunikaci, nic jiného Vám nezbude, než ji také začít“

používat. Např. největší problém u nás ve Skautu nastane, když v táboře není Wi-Fi připojení.“

R4: *„Vztah mají velmi kladný, pokud tedy nemluvíme o knihách.“*

R5: *„Děti i mladiství mají, podle mého názoru, vztah k médiím velice pozitivní a z tohoto důvodu je také využívají ve svém volném čase.“*

Proč využívají média, co jim to podle Vás přináší?

R1: *„Protože média jim předkládají daný problém již „přežvýkaný“, tedy zpracovaný, nemusí o něm přemýšlet. Raději se budou dívat na televizi na horolezeckou výpravu, místo aby jí uskutečnili ve skutečném životě. V podstatě žijí přes média, místo aby žili sami.“*

R2: *„Jak jsem již uvedla, nahrazuje jim to sociální vztahy a vytváří umělou realitu, ve které je vše možné.“*

R3: *„Jednoznačně komunikace a spojení s ostatními. Televize je sledována z důvodu zábavy.“*

R4: *„Lákavá prezentace nemožných věcí v televizi, dostupnost všeho, pohodový život. Na počítači asi nejčastěji stahují filmy a hrají hry.“*

R5: *„Je to především zdroj informací – problémem je ale jejich kvalita, a také zdrojem zábavy.“*

Jaké typy pořadů mají děti a mladiství v TV nejraději?

R1: *„Menší děti upřednostňují různé vzdělávací pořady, např. Bořek Stavitel, Červené autíčko apod. V nižším školním věku navíc sledují přírodopisné dokumenty, mají zájem o přírodu, s přibývajícím věkem pak nastupují seriály – telenovely a kriminálky. Mladiství rozhodně preferují počítač před televizí.“*

R2: *„Vůbec si netroufám tipovat. Podle mne koukají na všechno, nefiltrují. Otázkou také je, zda vůbec lze filtrovat při skladbě pořadů v televizi.“*

R3: *„Záleží na tom, jaké typy pořadů upřednostňují rodiče, ale v podstatě koukají téměř na vše.“*

R4: *„Zaujme je to, co je neobvyklé a nenáročné na vnímání. Kluci určitě koukají na kriminální seriály, těch je hodně a holky na filmy zaměřené typicky na ženské publikum.“*

Pro mladistvé mnoho pořadů v televizi nevysílají, a proto také logicky utíkají k počítači.“

R5: *„V podstatě podle toho jaké je jejich zaměření ve volném čase – rádi sportují tak se koukají na sport apod. Ale troufnu si říci, že pokud je v domácnosti televize zapnutá jako pozadí, koukají na vše, co tam zrovna běží.“*

Z jakého důvodu děti a mladiství nejčastěji využívají internet?

Zde byla patrná shoda v názorech, že internet pro děti a mladistvé představuje zejména možnost komunikace a zdroj informací. Níže jsou uvedeny některé z odpovědí.

R1: *„Využívají ho zejména z důvodu získávání informací a vzájemné komunikace.“*

R2: *„Především kvůli sociálním sítím, kterých je v současnosti tolik. Stahují si taky hudbu, hry apod. Romové také mají své stránky, které navštěvují a vyměňují si zde informace, např. Kolotoč.“*

3) VLIV MÉDIÍ:

Mohou média ovlivňovat děti a mladistvé a jakým způsobem?

R1: *„Mohou a to velmi, velmi závažným způsobem. Vím, že byly provedeny výzkumy, kdy byly dětem do jednoho roku promítány agresivní motivy a děti tyto motivy velmi rychle přijaly za vlastní. Je to návod, příklad. Samotná agrese je velmi snadno napodobitelná, je to jedna z pudových stránek člověka, a stejně jako ostatní pudy- sex, jídlo apod. velmi láká.“*

R2: *„Já osobně si myslím, že ano. Četla jsem o tomto i studie. A je pravda, že jestliže se dítě od malička dívá na jednu vraždu za druhou, rodiče mu to nezakáží, není to pak pro toho jedince neobvyklé, stejně jako jakékoli další kriminální chování. Vliv mají média také na přiblížené chování dětí typu: „Maminko, já Tě tak miluju.“ Děti užívají zcela jiný styl komunikace, který by je jinak ani nenapadl. Samozřejmě, že média mohou mít i pozitivní vlivy, kterých mě však v tuto chvíli příliš nenapadá. Možná získání informací, pokud jsou kvalitní. Také hodnota partnerství je v médiích vykreslená jinak. Doma rodiče s dítětem nekomunikují, pokud má omezené množství přátel a jen kouká na televizi, kde je každý rozvedený, má spoustu partnerů, dítěti to tím pádem vůbec nepřijde divné, ale naopak normální.“*

R3: „Určitě nějaký mají. Jako pozitivní vidím to, že se lépe naučí komunikovat, řeší své problémy, naučí se zacházet s technikou, na druhou stranu negativní je ventilace všeho i věcí, které by měly být soukromé, nebezpečné je také virtuální přátelství, které ale ve skutečnosti nefunguje a pouze degraduje kamarádství. U menších dětí může mít příliš časté využívání médií také negativní zdravotní důsledky, hrozí zde, že mohou prezentovanému uvěřit, může se u nich vyvinout závislost a mohou ztratit kontakt s realitou.“

R4: „Ano, mohou. Například reklama v televizi i skladba programů, které jsou vysílány. Neadekvátní jsou již pořady pro malé děti okolo 5 let, např. Hřiště 7 je diskusí středoškolačků místo pořadem pro děti. Média zde chtějí vzdělávat, ale takto malé děti si chtějí hrát, malovat, poslouchat hudbu, ne vykládat Starý zákon. Důležité je si také uvědomit, že u takto malých dětí volí programy rodič. Pro starší puberťáky v televizi není už vůbec nic.“

R5: „Určitě mají vliv. Například ve způsobu života, který děti vidí v televizi, na internetu apod. Poté ho napodobují, v mluvě, kdy používají repliky z filmů a tak dále.“

Které mediované obsahy mohou děti a mladistvé ovlivňovat nejvíce?

R1: „Určitě reklama, zkreslený názor o realitě, hodnotová orientace se pak posouvá směrem k tomu, že nic není problém, všechno se dá získat, vše můžeme mít bez podílu práce a aktivity. Televize neukazuje normální lidi, ukazuje „hoch“ společnost, která se nechová standardně, například takové celebrity, které nesnáším.“

R2: „To si netroufám hodnotit, záleží na tom, na co kouká, v podstatě pokud kouká celý večer až do 22 hod, tak je ovlivněn jak reklamou, tak nepřesným obrazem o životě i agresivními a sexuálními scénami. Já osobně se snažím vyhánět své děti od vražd, ale Ordinaci v růžové zahradě své pětileté dceři zakázat nedokážu, i přesto, že sledovat tento typ seriálu také není příliš zdravé.“

R3: „Určitě zkreslená realita, která je v médiích prezentována. V rámci Facebooku, který jsem zmiňovala, je to například o tom, že si děti vytváří umělý svět, kde se prezentují, i když ve skutečnosti jsou zcela jiní. U mladších dětí také určitě nebezpečné zobrazování agresivity.“

R4: „Podle mě reklama, a to z důvodu prezentace různých produktů stylem, že každý je musí vlastnit. Pak zcela jistě zobrazování nereálného života, toto je velmi patrné na děvčatech, které sledují telenovely, dále pak agresivní a sexuální motivy pořadů, zde však lze lépe odhadnout nereálnost vysílaného než u zmíněné reklamy a zobrazování idylického života.“

R5: „Pro malé děti jsou, podle mého názoru, nejhorší kreslené seriály typu Simpsonovi, kdy způsob provedení seriálu dítěti přijde vlastní, ale ve finále se vůbec nejedná o dětský pořad, nýbrž pořad pro dospělé. Určitě také reklama a agresivní filmy mají velký vliv na osobnost dítěte.“

Pozorujete někdy konkrétní projevy tohoto vlivu médií u dětí a mladistvých ve své profesi či osobním životě?

R1: „Zcela určitě. Nejmarkantněji je to patrné u diagnózy mentální anorexie, kdy jsou média návodem k chování jak užívat jídlo, děvčata se pak často vzhlednou v určitém typu hvězdné osobnosti a bezmezně se jí snaží podobat. Také u poruch chování jako je agresivita, šikana je patrný vliv médií, kdy si hoši neuvědomují, že rána či kopanec nebolí, hrdina se oklepe a jde dál – toto je velmi zhoubné a zavádějící.“

R2: „V posledních letech se ve své profesi, je to také patrné z našich statistik, setkáváme se snížením počtu kriminality dětí a mladistvých, ale zároveň roste počet násilných skutků. Toto má, podle mého názoru, souvislost s médii. Pro diváka totiž není využití násilí neobvyklé řešení, a pokud doma s dítětem nikdo nekomunikuje, nevysvětluje a dítě jen sedí před TV nebo počítačem, není možné se divit tomu, že užije stejný způsob, jaký je mu dennodenně představován. Z toho také vyplývá, že rodič musí s dítětem komunikovat a vysvětlovat mu vše, co zhlédne, ale pochybuji o tom, že v dnešní době je rodič schopen 24 hodin denně dítěti něco vysvětlovat. V tom je také velký problém.“

R3: „Zcela určitě se vliv médií projevuje v mluvě mládeže, která používá glosy z filmů, většinou z těch, které jsou zrovna oblíbené, z toho, co zrovna frčí a je moderní. To samé platí o hrách, potřebují zrovna ty, které jsou aktuální, o kterých se mluví. Pak jistě u internetu, u Facebooku, kde mají pocit, že o druhém ví úplně všechno, získávají

zde velkou informovanost a vše co je zde uvedeno, považují za platné – já to četla na Facebooku, tak je to dané.“

R4: *„Ano, u šikany podpořené agresivitou zobrazovanou ve filmech a u reklamy, kdy dochází ke krádežím z důvodu touhy po penězích.“*

R5: *„Určitě agresivita již u malých dětí, sama doma jsem u svého syna zpozorovala po sledování filmu Za plotem a podobných větší výskyt agresivnějšího chování vůči druhým. Proto jsme se vrátili zpět k dětským pohádkám a k další selekci programů a v oblasti agrese pozoruji zlepšení v jeho chování.“*

Jak se děti a mladiství dívají na pravdivost informací uváděných v médiích?

Z odpovědí vyšlo najevo, že záleží na věku dítěte a podle toho se pak odvíjí jeho schopnost posoudit pravdivost předkládaných informací. Dotazovaní shodně uvedli, že tato věková hranice se pohybuje okolo 13 let. Níže jsou uvedeny některé z odpovědí.

R1: *„Bohužel oni to moc nerozlišují, i když by měli již tak od 12 let. Dalo by se říci, že problémová mládež to nerozlišuje vůbec. Oni to pozlátko neodhalí, podle zobrazovaného si mohou dovolit cokoliv, celebrity si také přece dovolují cokoliv.“*

R2: *„Podle nich je to určitě pravda. Až poté na základě vyspělosti dokáží hodnotit, ale do té doby stejně jako chápou rodiče či učitele chápou i televizi a další média. Bohužel takto to má nastaveno i velká část dospělých. V jakém věku by se dalo hovořit o zmíněné vyspělosti související s pochopením pravdivosti informací v médiích? „U našich klientů je tato hranice posunutá, někteří ani před 18 lety žádný názor nemají, ale teoreticky by měla být tak okolo 12 – 13 let. Bohužel v praxi, jak jsem uvedla, se s tímto moc nestýkám.“*

Jak souvisí biologické a sociální predispozice jedince s mírou jeho ovlivnění médii?

R1: *„Toto je diskutabilní, hodně diskutabilní. Já mám ze své ordinace takové rovnítko – čím víc je osobnostní struktura jedince nestandardní, tím silnější je míra ovlivnění vyšší. Stejně platí, čím víc mají děti sníženou inteligenci a nezralejší strukturu osobnosti, tím je riziko ovlivnění také vyšší. Samozřejmě k tomuto je nutno přičíst vliv rodiny, který je také nepostradatelný.“*

R2: „Pokud je rodina sociálně slabší, je u dětí televize v podstatě jedinou možností, kde slyšet vlídné slovo. Pokud se jedná o ekonomicky silnější rodiny, tak děti zase často po nocích hrají např. strategické hry, kde se učí jak zabít. Nelze tedy jednoznačně říci, že čím „horší“ rodina, tím vyšší míra ovlivnění, může to mít i opačný efekt. Jednoznačně je důležitý čas věnovaný dítěti, aby rodiče měli přehled o čase, který dítě s médii stráví. Rodiče by měli umět dítě motivovat k jiné činnosti a tuto činnost nějakým způsobem reflektovat. Z biologických a psychických predispozic je nejdůležitější inteligence, ostatní nevím, možná snad také dědičnost, na což také existují studie. Něco na tom asi bude, jelikož k nám dochází i děti z dětských domovů, kteří vyrůstaly ve skvělých rodinách, a stejně jsou to syčáci a máme je tu. Takže sociální faktory souvisí 100%. Objeví se tu i děti z lepších rodin, ale ty páchají specifické delikty.“

R3: „Sociální souvisí určitě, dítě se chová podle naučeného z domova, pokud rodiče s dítětem nekomunikují, je logické, že si uspokojení potřeby sdílet věci s ostatními hledají jinde. Unikají do jiného světa, mimo realitu. Z biologických faktorů je to zejména inteligence, ta určitě hraje roli. Podle mého názoru děti s nižší inteligencí budou v jednání více agresivní a snadněji se dají médií ovlivnit k tomuto typu jednání.“

R4: „Rozhodně souvisí, geny jsou geny a děti mají navíc příklad v rodině. Nelze však určit co to určuje více. Ve vnímání zobrazovaných obsahů hraje velkou roli intelekt, míra empatie a především míra sociální inteligence, jejíž původ je právě v rodině. Problémem je, že obzvláště v době dospívání se u dětí objevuje velká potřeba někam patřit a tak se snadno nechají médii zlákat. Ta často předkládají i věci, které by je samotné jinak ani nenapadly.“

R5: „Sociální podmínky určitě souvisí s mírou ovlivnění dítěte. Dítě obvykle napodobuje rodiče a sociální prostředí tím pádem na děti hodně působí. Pokud rodiče nefungují, tak jak mají, dítě hledá objekt své nápodoby jinde. Pak s tím také určitě souvisí inteligence, kdy míra chápání světa se pak odráží i ve vnímání médií. Lidé s nižší inteligencí jsou celkově snadněji ovlivnitelní.“

Máte povědomí o mediální výchově a víte, co obnáší?

R1: „*Tak to nevím.*“ Po vysvětlení termínu dodává: „*Ano, to by bylo třeba, například jako předmět Základy společenských věd, který se nyní jeví jako velice přínosný a komplexní. Tam by mohl být takovýto předmět zakódován. Možná bych ho nezaváděla na základních školách, aby bylo možné odfiltrvat sugestibilitu, spíše až v prvních ročnících středních škol. Odfiltrvat realitu od představy je totiž velmi těžké, obzvlášť u problémové mládeže.*“

R2: „*To je například výklad možných rizik kyberšikany, či něco podobného? Přesně nevím.*“ Tento pojem byl respondentovi následně vysvětlen. A setkala jste se s ní někdy v praxi? „*Ne, to opravdu ne.*“

R3: „*Na vysoké škole jsem o tomto pojmu slyšela, ale co znamená přesně si již nevybavím. Také ve skautu v rámci vzdělávání vedoucích táborů a metodiky jsem se s ním setkala. Zde se ale spíše jednalo o volnočasové aktivity dětí a jak ji využít ve skautském programu. Ale ze škol či z jiných institucí jsem o tomto nikdy neslyšela. V praxi se to zřejmě mnoho nevyužívá.*“

R4: „*Je to o tom, aby se děti naučily rozumět mediálním sdělením. Je to nová věc, nemám vůbec představu o tom, jak je vyučována. V praxi jsem se s ní nikdy nesetkala.*“

R5: „*Tak to opravdu nemám, nemám s tím žádnou zkušenost.*“ Respondentovi poté byla tato oblast mediální výchovy přiblížena.

4) NÁSILÍ:

Co si myslíte o zobrazování témat násilí, agrese a sexu v médiích?

Z odpovědí vyplynula nespokojenost se zobrazováním výše uvedených témat v televizi, na internetu a jiných médiích. Níže jsou uvedeny některé z odpovědí.

R1: „*Rozhodně bych ho zakázala, má nedozírné důsledky, které jsem již uvedla v předchozích odpovědích.*“

R2: „*Samozřejmě se mi nelíbí. Přijde mi, že lidstvo zlenivělo, potřebuje vidět každou vraždu až do detailu a do konce, dříve se koukalo na Hitchcocka a lidé stejně umírali strachy. Bohužel před tímto není úniku, a toto je zobrazováno dalo by se říci v každém programu.*“

Myslíte si, že by tyto zobrazované scény z televize či internetu mohly u dětí a mladistvých vést k činům ve skutečném životě?

R1: „Ano, samozřejmě, mám tu zkušenost, viz zmíněná agrese ve spojitosti se sledováním násilných témat v médiích.“

R2: „Ano, já sama za sebe si myslím, že ano.“

R3: „Jak jsem již výše uvedla, závislé na prostředí, na sociálních faktorech, rodině, na inteligenci, je toho velmi hodně, co ovlivňuje lidské chování. Přímo asi úplně ne, ale při kombinaci negativních faktorů určitě.“

R4: „To je určitě individuální. Podle dispozic a okolních aspektů.“

R5: „Určitě. Sice je to ovlivněno dalšími proměnnými jako je inteligence a prostředí, ale dítě si viděné téma zapamatuje a při vhodné příležitosti to jistě vyzkouší.“

Setkala jste se někdy s podobnou situací ve své praxi?

R1: „Ano, jak jsem již uvedla, setkávám se s tím velmi často.“

R2: „Obávám se, že ano. Jedná se o hraní strategických PC her s cílem zabíjení lidí. Toto jsou pak motivy násilných trestných činů. U majetkových trestných činů jsem se s tímto příliš nesečkala, opravdu to v mojí praxi souvisí spíše s násilím.“

R3: „Přímo asi úplně ne, ale obecně je podle mne patrná vyšší agresivita dnešní mládeže.“

R4: „Ano, setkala, ale myslím si, že je to znát i u dospělých a celkovém přístupu k problémům v dnešní společnosti.“

R5: „Ano, jak jsem již uvedla, zaznamenala jsem toto i sama ve své rodině, a proto musela být učiněna patřičná opatření.“

Jaký máte názor na schopnost dětí a mladistvých posoudit reálnost či fiktivnost násilí zobrazovaného v médiích?

R1: „Záleží opět na struktuře osobnosti a inteligenci, navíc to hodně vymezí a omezí vliv rodiny, který může viděné kanalizovat a usměrňovat. Když rodina nastaví hranice, například časové omezení, je to jiné než když dítě sleduje bezbřehé programy. U problémové mládeže toto rodina však pustí, protože sama v tomto nevidí žádnou hrozbu. Pokud bychom měli mluvit o knihách a tiskovinách, zde je jiný způsob představování.“

U televize či na internetu už jedinec nemusí přemýšlet, zde je důležitá vizualizace. Kdyby stejná informace byla podávána např. rozhlasem, nebyl důsledek tolik zhoubný.“

R2: *„Určitě je to v závislosti na věku a na přístupu rodičů, ale podle mne do nástupu do základní školy nepoznají rozdíl. Třeba televize slouží většinou jako kulisa, starší už sice chápou, že je to jen jako, ale nerozliší, že když někdo někoho zkope a ten pak hned vstane a běží dál, tak se nejedná o skutečnost. Nerozliší následky takové jednání. Nechápu, že tak, jak je to natočeno, by to v reálném životě nikdy neproběhlo.“*

R3: *„Ví, že násilí je nereálné, kluci, kteří hrají počítačové hry – tak od těch 10 let – to již ví. U malých dětí je zase úkolem rodiny vysvětlit, že je nereálné. Bohužel rodina v tomto často selhává.“*

R4: *„Ano, dokáží to posoudit, ale myslím si, že hodně záleží na míře představivosti, senzitivity a sociální inteligenci.“*

R5: *„Asi jak které dítě a v jakém věku. Od těch 6 do 8 let záleží hodně na prostředí, a lze mu to např. vhodným působením ještě vysvětlit – mluvit s ním o tom. Ale pokud se dítě dívá od mala celý den na televizi bez jakéhokoli jiného vlivu, vysvětlování v pozdějším věku pak nemá význam.“*

A které prezentované násilí je nevhodnější, reálné či fiktivní a proč?

R1: *„Myslím si, že obojí. Reálné je nebezpečné z hlediska toho, že se lze snadněji vžít do představované situace, fiktivní je nebezpečné z důvodu hrozící nápodoby.“*

R2: *„O tom jsem nikdy nepřemýšlela, ale když se zamyslím, tak asi reálné. Je to více ze života.“*

R3: *„Reálné, to si děti dokáží lépe představit, fiktivní je pro ně vlastně taková pohádka.“*

R4: *„Reálné, jelikož si dokáží představit jak to udělat, je zde větší ztotožnění s realitou, než když se dívá např. na Texaský masakr motorovou pilou.“*

R5: *„U mladších asi fiktivní, protože na zprávy se v nízkém věku děti nedívají. U agresivních filmů a pohádek si dítě může prezentované chování zafixovat a pak stejný způsob užít v reálném životě. K těmto typům pořadů děti snáze přijdou.“ A u starších dětí? „Tam to podle mne nelze jednoznačně říci. Ty jsou pak již otupělí při neustálém*

opakování násilných témat jak ve filmech, tak ve zpravodajství. Jsou to dvě nádoby, které se neustále přelévají.“

Jakou formu řešení konfliktů upřednostňují děti a mladiství ve skutečném životě?

Z odpovědí na tuto otázku vyplynulo, že děti a mladiství při řešení konfliktů využívají také násilí. Zde jsou některé odpovědi.

R1: *„Vše to co mi přináší radost, hédónismus, vše, co si můžu urvat, tak urvu v mladém věku, to je přístup dětí k životu. S tím jsou spojeny i konflikty. Ty neřeší racionálně, naopak velmi emotivně a k použití násilí také nejsou lhostejní.“*

R2: *„Konflikty řeší co nejrychlejší cestou, násilí používají také často. Děti dnes neumí komunikovat o problémech, neumí pracovat s abstraktními pojmy. Z našeho vzorku v rámci probačních programů jsem toto zjistila. Hrajeme tam hru tzv. 13. komnata, kde jsou kladeny otázky typu – z čeho máš v životě největší strach? A klienti neví, co je to strach, jak ho popsat atd.“*

5) REKLAMA:

Ovlivňuje děti a mladistvé reklama, nechají se ovlivnit při nakupování zboží reklamou?

R1: *„Vělice. Obzvlášť pokud směřuje k požitkům. Vždyť už malé dítě, které si hraje v pokoji, kde je zapnutá televize, nevnímá film, který v ní běží, ale když začne reklama, okamžitě zbystří. V ordinaci mám děti, které citují celé pasáže z reklam a rodiče se radují, jak je jejich dítě šikovné a vůbec jim nedochází důsledky.“*

R2: *„Určitě.“*

R3: *„Ano, myslím si, že ano.“*

R4: *„Svou roli zde opět hraje rodina, která musí usměrnit dětské nároky, ale ovlivnit se určitě nechají.“*

R5: *„Z kurátorské praxe i z osobní zkušenosti musím říci, že ano.“*

Jsou děti a mladiství schopni pochopit funkci reklamy a oprostít se tak od jejího vlivu?

Z odpovědí vyplynulo, že děti nejsou schopny pochopit cíle reklamy, pouze okolní prostředí může vliv reklamy zmírnit. Starší děti si pak na základě reklamy hledají více informací o produktech, to znamená, že jsou také pod jejím vlivem, ale ne pod tak silným jako děti mladšího věku. Zde jsou některé z odpovědí.

R1: *„Nejsou schopni, protože to aby schopni byli sebou nese věk, zkušenosti a zralost, a toto oni zatím nemají. Vždyť i my dospělí se přistihneme, že se někdy necháme unést, jelikož vliv médií je ohromný.“*

R2: *„Mladší určitě ne. Má dcera neustále vyžaduje Hanach Montanu, protože jí dávají v reklamě a mají jí ostatní, přitom o ní neví vůbec nic. U starších netuším, ty většinou chtějí být in, a to co je v reklamě mají i ostatní, takže je pro ně asi reklama důležitá.“*

Může prezentace zboží v reklamě motivovat děti či mladistvé k delikventním činům ve skutečném životě?

R1: *„Já odpovídám ano, stalo se mi to i v praxi, opakovaně. Nabídka pro děti je velmi silná a motivující. Mají naivní představu, že se na to nepříjde, tak to zkusí. Bohužel už se příliš neobjevují krádeže sladkostí, které jsou již společností tak nějak v dětském věku tolerovány, ale dnes se jedná o krádeže elektroniky, aby se mládež ještě více přiblížila masmédiím. Setkala jsem se s krádežemi CD, i-podů, playstationů apod.“*

R2: *„Reklama je určitě vede k touze po ukazované věci, jinak by je vůbec nenapadlo takovou věc vlastnit, ani to že ji potřebují. Důležitý je také aspekt finančních možností jedince a to, jak rodina dokáže vliv reklamy usměrnit. Reklama nastavuje určitou domnělou hranici životní úrovně, kterou mládež vnímá jako standard a touží docílit úrovně stejné. To je podle mého názoru největší problém reklamy.“*

R3: *„Zde je především důležité sociální zázemí rodiny, kdy rodiče musí vysvětlit, že peníze na zboží nejsou, ale pokud to takto nefunguje, nastává problém. Reklama je podle mého názoru hodně přeceňovaná, nemá zas až takový vliv. Důležitá je zejména rodina.“*

R4: „Určitě, touha po tom, co je prezentováno jako nezbytné a já na to nemám prostředky, ale tu věc chci. To určitě může vést např. ke krádeži. To беру u reklamy jako největší problém.“

R5: „Asi ano, ano může. Ale po letech práce kurátora pro mládež si myslím, že nejdůležitější roli ve veškerém delikventním chování dětí a mladistvých hraje rodina.“

Jak se díváte na reklamy cílené přímo na dětské a mladistvé diváky?

R1: „Zakázala bych je. Jsou velmi nebezpečné a diskvalifikují rodiče. Rodič řekne – já ti to nekoupím – ale dítě stále naléhá a chce to. Je to bič na rodiče. Vezměte si takové Kostíky – mně se děti v ordinaci vytahují, kolik už mají nasbíraných samolepek na lednici. To znamená, že ten jogurt není kvůli tomu, že zdravý nebo dobrý, ale kvůli tomu, že chtějí mít nejvíce samolepek.“

R2: „Je to opravdu hrozné, když se s dítětem díváte na kouzelnou školku a před i po jdou deset minut reklamy na dětské zboží, to opravdu neustojíte. Proto jsem tyto pořady musela z dceřiných programů vyloučit. U starších dětí jsou to reklamy na mobily, elektroniku, říkají si - reklama dobrý, ale dokáží to objektivizovat. Hodně důležitá je pro ně podle mne reklama na oblečení a kosmetiku.“

R3: „Je to podpásovka pro rodiče, dítě se reklamy hned chytne. Největší krize je podle mne v neděli ráno, to je nejvíce pořadů pro děti a tím pádem i nejvíc dětských reklam. Rodiče je pak musí zpracovat. Starší děti se již na reklamu dívají jinak, spíše jde o to, co mají kamarádi a lidé v okolí.“

R4: „Je určitě škodlivá. U malých dětí nabízí věci, které by samy děti nevyhledávaly. Např. propagace produktů filmovými hrdiny (Shreck apod.), je to celé provázané. Dojde k zajištění jak prodeje filmu, tak i výrobku.“

R5: „Přímo cílená reklama mě velmi štve. Je jasné, že dítě chce to, co vidí. Navíc je udělaná velmi propracovaným způsobem, což je ještě nebezpečnější. Sama to vidím na svých dětech.“

Jaký názor máte na reklamy na alkohol a tabákové výrobky vzhledem k osobám mladším 18 let?

R1: „Zakázala bych je. Člověk totiž musí uznat, že jsou krásně udělané. Sama, ač nekouřím, jsem se přistihla při sledování reklamy na Marlboro na jednom zahraničním kanále, jak jsem téměř zatoužila si zapálit cigaretu. Byl zde velmi lákavým způsobem vyobrazen člověk v širáku jedoucí na koni při západu slunce. Mládež takovýmto typům reklam velmi těžce odolává.“

R2: „Tabáková reklama je u nás v televizním vysílání tuším zakázána, což je dobře. Otázka reklam na alkohol je velmi komplikovaná, jelikož z alkoholu se platí spotřební daň a proto regulace této reklamy mírně vázne. Je pravdou, že podle statistik je požívání alkoholu největším problémem tady u nás v České republice. Možná to ovlivní výběr značky, ale určitě si na základě hezké reklamy nepůjde koupit whisky Tullamore Dew, ale bude to v něm budit dojem, že je to fajn pít tuhle značku. A že by začal pít alkohol kvůli reklamě to asi ne, tam spíš hrají roli vrstevníci. Každopádně na konci reklam na alkohol by měli dávat záběry z protialkoholní léčebny, to by bylo podle mě dobré.“

R3: „Stejně téměř všechna mládež pije a kouří, ale bohužel toto není u nás považováno za návykové látky, je to tolerováno společností, a to především proto, že jsou v tom peníze i pro stát. Důležité také je, co říkají vrstevníci, jelikož alkohol pijí vždy s někým. Důležité je jak to má nastavené společnost, pokud by u nás v Čechách existovala antireklama na alkohol, obávám se, že ani toto by nepomohlo. Na cigarety už existuje, a stejně to téměř nic nemění.“

R4: „Problémem v tomto ohledu je podle mne prezentace alkoholu a tabáku generačně blízkým způsobem (slang, oblečení, hudba apod), to mnohem víc láká. Propagace takovýchto látek známými osobnostmi také nepovažuji za šťastné řešení vzhledem k mládeži, např. reklama na Fernet, který propaguje herec Ivan Trojan.“

R5: „Neřekla bych, že reklama na alkohol či tabákové výrobky přímo navede dítě nebo mladistvého k jejich užívání. Kategoricky mi tedy nevadí, ale samozřejmě u mladších jedinců může vzbudit pocit, že chovat se tímto způsobem či vlastnit prezentované zboží je správné, tak jako u všech ostatních reklam.“

4.3 Kasuistika klienta vedeného kurátorem pro mládež

Mladistvý M. P. se narodil 7.11.1992 v úplné rodině, kde vyrůstal ještě se třemi dalšími polorodými sourozenci. Rodiče s dětmi v roce 1999 odcestovali na pobyt do Velké Británie, kde pobývali až do roku 2007. Matka opustila ČR z důvodu rasové diskriminace. Ve Velké Británii rodina žádala o udělení azylu a často se stěhovala po celé zemi, až se usadila v New Castlu, kde jim bylo poskytnuto sociální bydlení představující jedno patro řadového domku. Rodiče mladistvého M. P. měli mezi sebou během pobytu v Anglii výrazné vztahové potíže, které přerostly v domácí násilí. Otec matku bil velmi často, téměř denně a to velmi surově. Matka byla několikrát nucena vyhledat lékařskou pomoc a byla také hospitalizována. Všechny děti byly svědky tohoto domácího násilí.

Z důvodů častého stěhování ve Velké Británii musel v té době nezletilý M. P. často měnit školu a také opakovaně navazovat nové kamarádské vztahy. I přesto si vytvořil přátele ve škole i mimo ni. V té době nezletilý M. P. navštěvoval běžnou školu, žádné problémy s chováním zde neměl, docházka byla také v pořádku. M. P. má však potíže s gramotností, stejně jako jeho dědeček ze strany matky a jeho bratr.

První záznam na Policii byl evidován ve Velké Británii roku 2004, kdy byla v té době nezletilému M. P. udělena důtka za krádež v obchodě. Jinak nebyl M. P. do této doby nikdy trestán.

V roce 2004 byl v té době nezletilý M. P. v péči sociálních služeb ve Velké Británii z důvodu domácího násilí v rodině, dále byl šikanován ve školce, škole i v rámci místní komunity. Poté byl jeho pobyt ve společnosti pod pravidelnou kontrolou sociálních služeb společně s dohledem při jeho kontaktu s ostatními dětmi, a to po dobu 18 měsíců.

V roce 2005 byl v té době nezletilý M. P. vyšetřován Policií z důvodu sexuálního obtěžování svého bratra. Sám M. P. k tomu uvedl, že si je vědom toho, že trestný čin spočíval v pokusu o „sex s jeho bratrem“ a že se to stalo pouze jednou. Přiznává tedy, že spáchal trestný čin na svém mladším bratrovi, ale uvádí, že nikdy nebylo jeho záměrem bratrovi ublížit.

Slíbil, že to znovu neudělá, protože to není správné. Byl prý v tu chvíli nějak hloupý. Dále sdělil, že jeho bratr se ho nesnažil zastavit, a tak prostě pokračovali dál. Řekl, že vešel do domu rodiny, kde tou dobou nebyli žádní dospělí, zapnul televizi, začal mluvit hrubě a potom se to stalo. Nebyl přesně schopen popsat, co dělali. Když myslí na to, co se stalo, cítí se hloupě.

V té době nezletilý M. P. uvedl, že vůbec nevěděl, co je to sex. Sdělil, že věci podobné těm popsaným viděl na DVD, které patří rodičům, ačkoliv jak vyplynulo z jeho výpovědi, tam prý byli pouze dospělí muži a ženy, a M. P. si myslel, že si hrají. Podle slov matky se M. P. vždy choval pěkně, pomáhal v rodině, a je to velice hodný chlapec, takže nikdo z okolí nemohl uvěřit, že se dopustil takového činu.

Z odborných posudků z Velké Británie vyplývá, že se M. P. spolu se svým bratrem před činem dívali doma na televizi. V době spáchání bylo M. P. 13 let a jeho bratrovi 8 let. Jejich jednání bylo v posudcích označeno za spontánní, do jisté míry experimentální, kdy předtím v té době nezletilý M. P. viděl sexuálně explicitní materiál a má pocit, že to ovlivnilo jeho jednání.

Po schůzce agentur ve středisku sociálních služeb ve Velké Británii bylo potvrzeno, že v té době nezletilý M. P. představuje střední riziko další sexuálně trestné činnosti.

Dne 13.10.2005 soud v New Castlu rozhodl o tom, že M. P. bude v péči kurátora po dobu 12 měsíců a stanovil mu další následující podmínky:

- účastnit se činností určených k řešení trestného chování
- účastnit se programu v oddělení ústavní terapeutické péče při nemocnici v New Castlu, bude-li potřebná
- účastnit se skupinových sezení pro mladistvé delikventy ve stanovených termínech minimálně 2 týdně a vyhovět přiměřeným požadavkům vedoucího skupiny
- účastnit se plánu na ochranu dětí

Navíc byl v té době nezletilý M. P. povinen se zaregistrovat jako sexuální delikvent na dobu 2 let a 6 měsíců od vynesení rozsudku a dále byl povinen průběžně informovat Policii o místě svého pobytu a hlásit se na policejní stanici.

V roce 2006 matka z důvodu domácího násilí v rodině vyhledala pomoc sociálního úřadu ve Velké Británii, který ji zařídil azylové bydlení a pomohl jí od otce utéct.

Přibližně 1 rok žila rodina bez otce a poté se rozhodla vrátit zpět do ČR. V listopadu roku 2006 přijel v té době nezletilý M. P. z Anglie s matkou na návštěvu za rodinou do České republiky a při té příležitosti se rozhodl zde zůstat. Proto babička mladistvého podala návrh na svěřeni vnuka do své péče a usnesením Okresního soudu v Českých Budějovicích o předběžném opatření byl v té době nezletilý M. P. svěřen do výchovy mateřské babičce. V současné době jsou rodiče mladistvého M. P. rozvedeni a mladistvý nyní vyrůstá ve společné domácnosti s matkou, jejím novým přítelem a čtyřmi polorodými sourozenci, kteří se také vrátili z Velké Británie. Otec v Anglii pravděpodobně zůstal, rodina o něm nemá žádné zprávy.

Mladistvý M. P. ukončil povinnou školní docházku po návratu z Anglie 7. třídou na základní škole v Č.Budějovicích a poté nastoupil do 1. ročníku Integrované střední školy stavební v Českých Budějovicích, kde se učil v oboru zedník. Již v 1.ročníku toto studium ukončil na vlastní žádost. Nyní je mladistvý M. P. veden jako uchazeč o zaměstnání na úřadu práce, kde mu byla nabídnuta spolupráce formou Individuálního akčního plánu, ale vzhledem k tomu, že se na sjednané schůzky nedostavoval, byl z evidence úřadu práce sankčně vyřazen.

Na oddělení sociálně právní ochrany dětí v Českých Budějovicích je mladistvý M. P. evidován kurátorem pro mládež od dubna roku 2006, kdy bylo oddělení opakovaně informováno Dopravním podnikem České Budějovice, a.s. o jízdě mladistvého M. P. městskou hromadnou dopravou bez platné jízdenky.

V lednu 2010 se mladistvý dopustil provinění krádeže podle § 247 odst. 1 písm. b) trestního zákona a poškození cizí věci dle § 257 odst. 1 trestního zákona. Dopustil se ho tím, že z výkladní skříně odcizil několik parfémů v celkové částce 5 000,-Kč, a to po předchozím poškození této výlohy. Státní zastupitelství podle § 307 odst. 1 trestního řádu za použití § 68 a § 69 zákona o soudnictví ve věcech mládeže podmíněně zastavil trestní stíhání obviněného mladistvého M. P. a stanovil zkušební dobu v délce 12 měsíců. Dále byla mladistvému M. P. uložena povinnost uhradit vzniklou škodu.

V současné době mladistvý M. P. a jeho rodina spolupracují s oddělením kurátorů pro mládež a dostavují se k pravidelným kontrolám mladistvého.

5. DISKUSE

Teoretická část diplomové práce je věnována oblastem a tématům souvisejícím s problematikou vlivu médií na delikventní chování dětí a mladistvých tak, aby bylo možné položit teoretický základ pro informace získané v praktické části práce.

V diskusi jsou analyzovány výsledky, které byly získány vyhodnocením polostrukturovaných rozhovorů s dětmi a mladistvými evidovanými kurátorem pro mládež a s odborníky, kteří pracují s mládeží dopouštějící se delikventního jednání. Jedná se o dětského klinického psychologa, pracovníka PMS ČR a kurátory pro mládež. Všichni tito odborníci působí v českobudějovickém regionu.

Podle J. Jiráka (24) obtíže spojené s prokazatelností příčinných vztahů mezi médii a posuny ve společnosti či rozpoložení jedince jsou umocňovány tím, že v komplexním prostředí podnětů, jehož jsou média součástí, mohou mít jednotlivé složky tohoto prostředí různý potenciální dopad právě podle toho, jak je prostředí zrovna nastaveno. Jinými slovy, tentýž mediální obsah či taktáž přítomnost média se může podílet na zcela odlišných posunech ve stavu společnosti či rozpoložení jedince.

Otázka, jak je tomu s vlivem médií na osobnostní růst či vzestup násilí a agresivity, není dosud zdaleka uspokojivě a přesvědčivě vyložena. Média jsou hodnocena jako mocný socializační činitel, ale vysoce kontroverzně: od slov nadšení až po naprosté zavrhování (17).

J. Kuchta (31) dodává, že přímý vliv na páchaní trestné činnosti mládeže je sporný. Média podle něj spíše slouží jako zdroj inspirace a informací o způsobech páchaní trestné činnosti a příčiny kriminality mládeže mají hlubší kořeny.

Získat podrobnější informace o možném vlivu médií na delikventní chování dětí a mladistvých bylo cílem rozhovorů, které se uskutečnily v průběhu května a června roku 2010. Jednalo se o polostrukturované rozhovory s dětmi a mladistvými vedenými kurátorem pro mládež. Celkem bylo osloveno sedm respondentů, dvě dívky a pět chlapců. Jak vyplývá z grafu 1, věk respondentů dosáhl 14 let, 13 let, 16 let, 17 let, 16 let, 16 let a 11 let. Výběr respondentů byl založen zejména na pravidelném kontaktu dítěte s kurátorem pro mládež v době provádění výzkumu a na souhlasu zákonného

zástupce s tímto rozhovorem. K získání komplexních informací o vlivu médií na delikventní chování dětí a mladistvých byl dále osloven dětský klinický psycholog, pracovník PMS ČR a tři kurátoři pro mládež. Jak vyplývá z grafu 2, praxe těchto odborníků pracujících s mládeží, která se dopouští delikventního jednání, činí 40 let, 10 let, 4 roky, 13 let a 16 let.

Během rozhovorů se autorka zajímala o to, zda existují ve vztahu k médiím rozdíly mezi dětmi do 15 let a mladistvými, kteří se dopustili delikventního jednání. Dalším cílem bylo zjistit, jak souvisí biologické a sociální predispozice dětí a mladistvých, kteří se dopustili delikventního jednání, s mírou jejich ovlivnění médii. V neposlední řadě se práce zabývá otázkou, které mediované obsahy jsou nejvýznamnější vzhledem k jejich vlivu na děti a mladistvé, kteří se dopustili delikventního jednání. Další cíle představovaly otázky, jaký je vztah dětí a mladistvých, kteří se dopustili delikventního jednání, k zobrazovanému násilí v médiích stejně jako k reklamám, které jsou v médiích prezentovány. Posledním cílem byla snaha zjistit, jaký vztah mají dotázaní k mediální výchově. Uvedené dílčí cíle směřovaly k cíli hlavnímu, kterým bylo získat podrobnější informace o možném vlivu médií na delikventní chování dětí a mladistvých.

K zodpovězení stanovených otázek a k získání potřebných informací byly předem vytvořeny pevné okruhy, na které byla mládež dotazována. Podobné okruhy otázek byly vytvořeny i pro odborníky z oblasti delikvence mládeže. Okruhy otázek jak pro děti a mladistvé, tak pro odborníky, byly zaměřeny celkem na pět oblastí - volný čas, vztah k médiím, vliv médií, násilí v médiích a reklamu v médiích.

Během rozhovorů se objevil problém způsobu interpretace otázek dětem a mladistvým, jelikož dotazovaná mládež často nerozuměla položené otázce a bylo nutné otázku vysvětlit jinou formou. Mnohdy také muselo dojít k nastínění možností odpovědí, aby děti a mladiství byli vůbec schopni na otázku odpovědět. Většina odpovědí byla započata mlčením či slovy „Nevím“, a až po povzbuzování došlo k odpovědi na položenou otázku. To také dokládá to, že pokud by byl výzkum prováděn kvantitativní metodou s možností anonymně zaškrtnout správnou odpověď, nebyly by výsledky takového výzkumu validní. Tímto způsobem došlo alespoň k částečnému vytěžení informací.

V následující části práce jsou interpretovány informace získané prostřednictvím kvalitativního výzkumu, které jsou zároveň porovnávány s dostupnou odbornou literaturou.

První oblast, o kterou se autorka zajímala, představoval volný čas mládeže. Z rozhovorů s odborníky vyplynulo, že v rámci analýzy volného času mládeže je nutné rozdělit tuto kategorii podle věku. Všichni dotazovaní se shodli na tom, že mladší děti zhruba do 12 let mají volného času méně, děti staršího školního věku a mladiství ho mají více. Záleží také na momentální situaci dítěte či mladistvého, kolik má zájmových aktivit apod.

Co se týká náplně volného času, všechny dotázané děti i mladiství uvedli, že nejvíce času tráví s kamarády nejčastěji venku, ve většině případů však tento volný čas nemá konkrétní náplň. U starších respondentů se pak ve volném čase připojují také média typu počítače včetně internetu. Odpovědi dotázaných odborníků se téměř shodovaly s tím, co bylo v rozhovorech uvedeno dětmi a mladistvými.

Z odpovědí dále vyplynulo, že pokud by si mohla mládež vybrat, chtěla by svůj volný čas trávit převážně nečinností, bez jakékoli kontroly. Ideální by pro ně bylo nemít žádné povinnosti a trávit svůj volný čas venku se svými kamarády. Jak uvádí jeden respondent z řad odborníků, s tímto přístupem se setkává i ve své praxi.

J. Kuchta (31) také shodně zmiňuje, že mládež má ve srovnání s dospělými zpravidla více volného času, přičemž způsob trávení tohoto volného času, zejména se skupinou vrstevníků, může také ovlivňovat delikventní jednání jedince. Tento způsob trávení volného času může spočívat např. v tzv. chození ven, navštěvování různých zábavních podniků, bezcílného projíždění se, případně v požívání alkoholu či jiných návykových látek. Dále dodává, že potřeba dítěte vyplnit svůj volný čas tak, aby to bylo zábavné a napínavé, je pak naplňována v závislosti na jeho sociální integraci a formách jeho kontroly.

M. Marková (35) též uvádí, že ve svém výzkumu prováděném na vzorku 1 108 adolescentů bylo potvrzeno několik předurčujících faktorů rizikového chování mládeže. Výrazným jevem souvisejícím s životním stylem je pasivní trávení volného času. Kromě sledování televize se ve zmíněném výzkumu na předních místech objevovalo

bezcílné toulání, užívání alkoholu jako způsob odpočinku a zábavy. Poměrně vysoké procento respondentů také uvedlo nudu.

Z oblasti médií vyšlo najevo, že v současné společnosti mají děti a mladiství přístup téměř ke všem typům médií, a to překvapivě bez ohledu na sociální prostředí rodiny. I děti, které doma nemají internet, k němu mají přístup např. ve škole či v nízkoprahovém zařízení, kam docházejí.

J. Janíček (16) konstatuje, že v dohledné době mají připojením k internetu disponovat i ti nejchudší, tedy významná část třetího světa.

Mnoho sociálních vědců je dnes přesvědčeno, že masmédia tak tímto způsobem umožňují dětem a mladistvým vytváření univerzální celosvětové kultury mladých lidí (17).

Knihy a časopisy nebyly oblíbenou zábavou dotazovaných dětí a mladistvých, pouze někteří si čas od času prohlédnou časopis. Stejného názoru byli také dotazovaní odborníci.

Podle O. Matouška (38) obecně klesá kvantum času, jež děti a mladiství věnují aktivnějším způsobem vstřebávání kultury jako je např. čtení novin, časopisů a knih, návštěvy výstav, divadel a galerií a také aktivní sportování.

Další oblast otázek se týkala vztahu dětí a mladistvých k médiím. Odborníci se v rozhovorech shodli na tom, že dnešní mládež z médií nejvíce využívá počítač a televizi. Shodně uvedli, že menší děti více sledují televizi a starší děti přibližně od 12 let a mladiství využívají nejvíce počítač a internet. I dotázané děti a mladiství tuto domněnku potvrdili, přičemž odpověděli, že ve svém volnu nejvíce využívají, v různém pořadí, televizi a počítač.

Vztah k výše zmíněným médiím byl odborníky hodnocen jako kladný, pozitivní, někdy hraničící až se závislostí. Dotázaná mládež měla velký problém popsat svůj vztah k těmto médiím. Odpovědi dětí a mladistvých poté ukázaly, že dotazovaní mají k médiím, která využívají, kladný vztah, např. uvedli, že je baví, mají je rádi či jim nevadí.

Na otázku, proč děti a mladiství využívají média, odborníci uváděli, že je to pro ně zdroj zábavy, přináší jim možnost vytváření umělé reality, ve které je vše možné a využívají je také jako zdroj komunikace a zdroj informací. Mládež měla opět problémy uvést, proč média vlastně využívá. V odpovědích se objevovaly slova nevím, zabije čas, odpočinek, baví mě apod.

Podle M. Vágnerové (59) která se zabývá vývojovou psychologií, je volba určitého média bývá také nějakým způsobem sociálně spoluurčena. Zde má značný vliv identifikace s vrstevníky a potřeba sdílet s nimi stejné zkušenosti. Potřeba konformity pak vede ke konzumaci určitých televizních pořadů filmů či internetových serverů.

Jak se ukázalo, televize je v některých domácnostech zapnutá téměř nepřetržitě, ale valnou většinu tohoto času dítě či mladistvý při jejím sledování vykonává i jinou činnost.

Jedlička (17) také upozorňuje, že dnešní děti, jakož i adolescenti, věnují programu plnou pozornost výjimečně. Často si při něm dělají své věci nebo si hrají. Televize se tak pro mnohé stává doplňkovou záležitostí – tzv. „kulisou“ při jídle, při zájmových aktivitách, při psaní domácích úloh.

Jako nejoblíbenější typ pořadu, na kterém se děti a mladiství shodli byly komedie a seriály. Další skladba pořadů odpovídala zaměření dotazovaného, např. sportovní přenosy, tanec apod. U dvou dotázaných bylo také patrné, že nevyběrově sledují vše, co je v televizi právě prezentováno. Jako oblíbenou TV stanici mládež uváděla Primu Cool, TV Novu a Primu. Jeden z dotázaných také uvedl zahraniční HBO a MTV. Oblíbeným pořadem u dvou děvčat byl český seriál Ulice, chlapci pak uváděli sci-fi pořady Hvězdná brána a Avatar, jeden z chlapců uvedl kreslený seriál Futurama, nejmladší respondent uvedl seriál Xena.

O. Matoušek (38) pak uvádí, že v televizním vysílání jsou pro mládež nejpřitažlivější filmy, programy zaměřené na populární hudbu, zábavné pořady a české i zahraniční seriály.

Odborníci ve shodě odpověděli, že mládež při výběru pořadů jejich nabídku příliš nefiltruje a pokud je televize zapnutá jako kulisa, dívají se téměř na všechny pořady.

V odpovědích odborníků na otázku, z jakého důvodu mládež nejčastěji využívá internet, byla patrná shoda v názorech, že internet představuje zejména možnost komunikace a zdroj informací. Také děti a mladiství odpověděli, že nejčastěji na internetu využívají sociální sítě typu Facebook. Zmíněny byly také sítě Lidé.cz a Libimseti.cz. Jeden mladistvý uvedl síť MSN, kde si dopisuje se svými přáteli z Anglie. Jako další využití internetu bylo mládeží uváděno stahování filmů či hudebních skladeb.

J. Jiráček (24) dodává, že pro síťová média je charakteristické, že slouží současně jako podpora interpersonální i masové komunikace. WWW stránky typu Facebook jsou však pokusem o potenciální masovou nabídku ryze individuálního obsahu. Sociální vztahy, které vznikají při komunikaci za účasti těchto médií, jsou tak zcela odlišné povahy než komunikace interpersonální.

Odborníci se také shodli na tom, že počítač je dětmi, a především mladistvými, využíván také k hraní počítačových her. Respondenti z řad mládeže uváděli, že hry nehrají příliš často, pouze jeden uvedl hraní PC her jako svou prioritu. Jako nejoblíbenější uvedl hry z válečného prostředí.

J. Psota (50) říká, že jakékoli médium, tedy i počítačová hra, přináší dítěti nějaké informace a v tomto smyslu je také socializačním prostředkem. Počítačové hry prezentují modely chování a nezanedbatelná část z nich svým obsahem dítěti nabízí symbolické agresivní vzory, které vybízejí k napodobení. Na druhou stranu je však nutné dodat, že mezi zdroje, ze kterých se dítě učí agresivnímu chování, patří zejména bezprostřední rodinné prostředí, škola či vrstevníci. Vliv médií, a tedy i počítačových her, ustupuje těmto významnějším socializačním činitelům, nicméně jej přesto nelze označit za nevýznamný.

Z. Martínek (36) navíc připomíná, že počítač a schopnost jeho obsluhy se dnes stávají neodmyslitelnou součástí našeho života. Mnoho programů může dětem pomoci překonat nesnáze při výuce, existují i hry, které dokáží procvičovat koncentraci pozornosti, schopnost orientace v prostoru, logické myšlení apod.

Následující otázky v rozhovorech byly zaměřeny na vliv médií na mládež. V odpovědích odborníků týkajících se toho, zda média mohou ovlivňovat děti a mladistvé, se objevovaly spíše vlivy negativní. Stejně tak autorka práce zastává názor, že mezi vlivy médií převládají spíše ty negativní nežli pozitivní. V rozhovorech s odborníky byla negativně hodnocena prezentace násilí a agresivního chování, které je zde předkládáno jako běžné a dále také zobrazování jiné reality, která se nepodobá skutečnosti. Jako pozitivní vliv bylo zmiňováno získávání informací a možnost komunikace. Čtyři dotázaní z řad mládeže na otázku, zda je média mohou ovlivňovat, suverénně odpověděli, že nikoli. Na žádost, aby tedy vysvětlili, proč si toto myslí, však nedokázali adekvátně odpovědět. Tři z dotázaných pak byli ochotni tento vliv médií připustit. V návaznosti na tuto otázku pak všichni odpověděli, že znají někoho ze svého okolí, koho by média mohla ovlivňovat, ať už se jednalo o napodobování chování, či vlastnění věcí prezentovaných v médiích atd.

J. Jiráček (24) také shodně uvádí, že média ovlivňují názory, postoje či chování jedinců, mohou rozšiřovat obzory poznání, vzdělávat, ovlivňovat životní styl, ale mohou také vyvolávat napětí, děsit, navádět ke společensky nežádoucímu jednání či uvádět v omyl a manipulovat.

Pravdou je, že dospělý jedinec při využívání médií hodnotí, co vidí či slyší, a srovnává to s tím, co zná ze světa práce a z vlastní každodenní empirie s jednáním jiných lidí. Ale mládež nedisponuje dostatečně akumulovanými základními životními zkušenostmi, proto může špatně rozumět tomu, co je jí aktuálně prezentováno. Mohou věřit, že to, co každý vidí v médiích, představuje „skutečnost“ (17).

J. Langmeier (33) zabývající se vývojovou psychologií navíc konstatuje, že média mohou vývoj jedince ovlivnit i jinak – nepřímo – například tím, že omezují emoční komunikaci uvnitř rodiny.

Odborníci zmiňovaly mediované obsahy, které mohou děti a mladistvé ovlivňovat nejvíce, a uváděli zde nejčastěji zkreslený obraz o životě, poté reklamu a pořady s násilnými prvky. Problémem se také jevílo, že v médiích je představován takový postoj k životu, ve kterém je vše možné. Sami odborníci v rozhovorech uváděli konkrétní projevy vlivu médií na mládež jak ve své profesi, tak v osobním životě.

Jednalo se zejména o návod k chování, zmíněna byla naučená agresivita vedoucí až k násilným trestným činům. Dalším problémem, který vidí jeden z dotázaných odborníků ve svém okolí, je rostoucí vliv sociálních sítí a pokládání zde zveřejněných informací za legitimní pravdu.

Jak uvádí J. Janíček (16), média mají skutečně tendenci zkreslovat, vnucovat a zjednodušovat. Média si sama vytváří obrazy, které pak vydává za zprávy. Problémem se také stává, že média již neinformují, ale především baví a chtějí u svých konzumentů vzbudit dojem přátelskosti.

M. Mičienka (41) k tomu dodává, že současný svět je již přesycen podněty, které přicházejí z masmédií. Média nás však neustále ujišťují, že nám nabízejí pouze takové produkty, které chceme. Kdybychom je nechtěli, nebudou tak neekonomická, aby nám je nabízela.

Z odpovědí odborníků na otázku, jak se děti a mladiství dívají na pravdivost informací uváděných v médiích, vyšlo najevo, že záleží především na inteligenci a věku dítěte, a podle toho se pak odvíjí jeho schopnost posoudit pravdivost předkládaných informací. Dotazovaní shodně uvedli, že tato věková hranice se pohybuje okolo 13 let, avšak u mládeže, která se dopustila delikventního jednání a s níž se ve své profesi setkávají, je tato hranice značně posunutá. Tři nezletilé děti v rozhovoru shodně uvedly, že vše, co je v médiích prezentováno, pokládají za pravdivé. Čtyři mladiství pak odpověděli, že ne všechno je pravda, přičemž pravdivé sdělení očekávají především od zpravodajství.

Proto média ohrožují nejvíce děti školního věku, a to přibližně do 12 let. Děti v tomto věku ještě dobře nedovedou odlišit reálnou a symbolickou rovinu zobrazovaného obsahu. Dítě je v období mladšího školního věku v zajetí realistického přístupu myšlení, kdy dovede uvažovat o konkrétní situaci, ale nedovede si představit její jiné varianty, tedy ty, se kterými se ještě nesešlo. To často vede k tomu, že skutečnosti, se kterými se v médiích setkává, akceptuje tak, jak jsou mu prezentovány a stávají se pro něj realitou. Informace, které z médií získá, považuje za rovnocenné svým jiným praktickým zkušenostem a někdy tak nemusí pozorovat rozdíl mezi fikcí a skutečností (50).

M. Vágnerová (59) také uvádí, že vizuálně prezentovaný příběh se více podobá realitě a dítě jej také spíše jako skutečný vnímá. Dále také namítá, že při jeho sledování se dítě nemusí nijak namáhat a přitom se baví, to znamená, že podporuje spíše pasivně receptivní přístup.

T. Trampota (58) sdílí názor, že mezi masovými médii má zvláštní postavení zpravodajství, tj. nabízení informací o rozmanitých událostech, které by mohly být pro příjemce důležité, užitečné nebo alespoň zajímavé. A pro svůj vztah k realitě se zprávy často považují za relativně věrohodnou informaci o světě, lidech a společnosti. O tom, zda média do zpravodajství vybírají zprávy skutečně podle důležitosti, však vznikají značné pochyby.

Jako další byla odborníkům položena otázka, jak souvisí biologické a sociální predispozice jedince s mírou jeho ovlivnění médii. Všichni odborníci shodně uvedli, že největší význam v této souvislosti má okolní prostředí jedince, tedy rodina a její normy. Autorka práce s tímto tvrzením také souhlasí. Z odpovědí bylo zjištěno, že v tomto případě nezáleží na socioekonomickém statutu rodiny, ale spíše se jedná o čas věnovaný dítěti, vzájemnou komunikaci a vysvětlování obsahů prezentovaných v médiích, které dítě není schopno pochopit. Z biologických faktorů pak byla zmiňována inteligence a nezralá či nestandardní osobnostní struktura jedince. Z informací získaných o dotázaných dětech a mladistvých vyplynulo, že šest dotázaných nežije v původní rodině s oběma rodiči. Většinou se jedná o rozvedená manželství, jeden respondent žije od narození pouze s matkou a jeden respondent žije s otcem, jelikož matka je v současné době ve výkonu trestu odnětí svobody. Pouze jedno děvče žije ve společné domácnosti s oběma rodiči, přesto jsou všechny děti z této rodiny evidovány kurátorem pro mládež z důvodu výchovných problémů. Navíc je rodina vedena na oddělení péče o děti z důvodu zanedbávání rodičovské péče. Většina dotázané mládeže byla také v péči pedagogicko-psychologické poradny v souvislosti s poruchami chování.

Zrychlený životní styl dnešní doby zasahuje přirozeně i rodiny (1). Podle některých autorů dnešní rodina prochází krizí a přestává plnit své tradiční funkce. Velmi nepříznivým faktorem, který se podílí na vzniku problémového chování dětí, je

nepřítomnost obou rodičů v rodině a chronický nedostatek času rodičů na péči o své děti (35).

O. Matoušek (38) dále zmiňuje negativní účinky médií především u dětí a mladistvých, kteří jsou disponováni dědičnými a konstitučními faktory, rodičovským nezájmem či nepřátelstvím a příslušnosti ke skupinám, jež sdílejí deviantní normy.

S vlivem médií úzce souvisí pojem mediální výchova. Proto autorka považovala za vhodné v rozhovorech nastínit i tuto oblast. Děti a mladiství o mediální výchově nebyli informováni a nikdo z dotázaných nevěděl, co tato slova znamenají. Z řad odborníků měli pouze dva dotázaní ponětí o mediální výchově, slyšeli o ní, ne ovšem nic konkrétního. V praxi se však s tímto přístupem k výuce nikdo z nich nesetkal. Po upřesnění dané problematiky odborníci přiznali, že je to věc hodná zájmu a bylo by vhodné ji v ČR více rozvinout.

E. Vránková (63) uvádí, že celek mediální výchovy směřuje k naplnění dvou základních cílů. Prvním z nich je pěstování kritické reflexe médií a jimi vytvářených obsahů u příjemců z řad publika. Druhým cílem mediální výchovy je praktická příprava jednotlivce na samostatné využívání médií, kdy se žáci a studenti učí vyhledávat informace a realizovat vlastní myšlenky a nápady.

O. Matoušek (38) pokládá za nejlepší způsob mediální výchovy výrobu mediálních obsahů samotnými dětmi. Výsledkem tohoto vzdělávání by měla pak být mediální gramotnost, jež je svým významem dokonce srovnávána s gramotností literární. Dále tvrdí, že u nás se mediální výchovou zabývá zatím jen nepočtená hrstka inovativních škol.

Další oblast otázek představovalo násilí prezentované v médiích. Otázka týkající se zobrazování témat násilí, agrese a sexu v médiích byla položena dětem a mladistvým stejně jako odborníkům. Z odpovědí byly získány rozdílné odpovědi. Jediné, v čem se obě skupiny dotázaných shodly, byl názor, že těchto témat je v médiích hodně, přičemž mládež zprvu vůbec nevěděla jak s položenou otázkou naložit. Z odpovědí odborníků pak vyplynula nespokojenost se zobrazováním výše uvedených témat v televizi, na internetu a jiných médiích. Oproti tomu dětem a mladistvým tento stav příliš nevadil, neměnili by ho.

M. Vágnerová (59) také uvádí, že násilí bývá v médiích prezentováno jako integrální součást lidského života a zvýšená frekvence takových scén vede k mylné představě, že jde o běžnou a normální záležitost. Četnost zde ovlivňuje pojetí normy ve smyslu „co je časté, jeví se jako normální“. Dále vidí problém v tom, že násilí zde bývá předváděno jako běžná strategie chování, kterou mohou použít rovněž jedinci s pozitivní rolí. Zřídkakdy je prezentováno ve spojení s bolestí a utrpením obětí.

Podle M. Vágnerové (59) jsou modelovou agresí mediálních pořadů snadněji ovlivnitelní chlapci, jelikož násilí bývá spojeno s maskulinní rolí a agresivní jedinec mívá vysokou prestiž.

Dále se autorka zajímala o to, zda by násilné zobrazované scény z médií mohly u dětí a mladistvých vést k činům ve skutečném životě. Stejný názor jako autorka práce měli odborníci, kteří ve shodě uvedli, že toto je možné. Samozřejmě záleží na dalších proměnných, ale při kombinaci negativních faktorů to jistě možné je. Jak poté odborníci sdělili, s tímto problémem se setkali také osobně, kdy se jednalo především o napodobování agresivity. Jeden z dotázaných uvedl, že se setkal s motivy násilných trestných činů získaných ze strategických PC her. Samy děti a mladiství připustili, že by média mohla někoho takto ovlivnit, avšak všichni shodně uvedli, že jim osobně se takováto věc nikdy nestala a ani stát nemohla.

Z. Martínek (36) hovoří o možném tzv. oživení scénáře násilí, který vysvětluje tím, že si dítě ve svých paměťových mapách fixuje viděné násilné chování a pokud přijde do širšího sociálního prostředí, může se dostat do konfliktní situace, která byť jen velice zdánlivě připomíná viděnou násilnou scénu, a toto chování napodobí.

Na druhou stranu J. Psota (50) hovoří dokonce o katarzních účincích vyvolaných sledováním násilí v médiích. To znamená, že pokud dítě sleduje děj či se aktivně podílí na ději, který je veskrze tvořen agresivním jednáním, spoluprožívá násilné činy, pozorované u fiktivních modelů, následkem čehož u něj ubývá odhodlání projevit své vlastní agresivní chování. Dojde tedy ke katarzi, kdy agresivní pud je takto společensky přijatelným způsobem uspokojen.

Nakonec jak uvádí J. Chromý (15), již bylo opuštěno od teorie „záračné střely“ vycházející z představy, že na jedné straně stojí mocná média a na straně druhé pasivní příjemci, kteří jsou lehce ovlivnitelní a manipulovatelní. Dále zastává názor, že rozhodující je především usměrnění konzumace mediálních obsahů, a to nejen pokud jde o prezentaci násilí. Stejného názoru je i autorka práce.

V odpovědích odborníků na otázku, zda jsou děti a mladiství schopni posoudit reálnost či fiktivnost násilí zobrazovaného v médiích, se vyskytovaly shodné prvky. Opět zde byla snaha definovat věkovou hranici, kdy již dítě chápe, že prezentované násilí není reálné. Odborníci uváděli věk okolo 8 až 10 let. Jeden z dotázaných pak uvedl, že pokud dítě již chápe nereálnost tohoto násilí, přesto nedokáže posoudit následky, které by takovéto jednání mělo ve skutečném životě. Z rozhovorů bylo také patrné, že opět mimo věku záleží na inteligenci a osobnostní struktuře jedince. Jako problém zde byla také nastíněna dysfunkce rodiny, která by za normálních okolností mohla viděné usměrňovat a vysvětlovat. Na otázku, zda je nevhodnější prezentace reálného či fiktivního násilí, odborníci odpovídali, že větším nebezpečím je násilí ze života, tedy reálné. Dva z dotázaných odpověděli, že obě tyto formy násilí jsou nebezpečné. Odpovědi dětí mladistvých týkající se reálnosti či fiktivnosti násilí byly rozděleny na dvě skupiny. Dvě nezletilé děti a jeden mladistvý odpověděli, že vše na co se dívají, pokládají za reálné násilí. Ostatní uvedli, že ve filmech se jedná o násilí spíše předváděné a ve zpravodajství a na internetu o násilí reálné.

J. Langmeier (33) konstatuje, že za zvláště senzitivní věk ohledně zobrazovaného násilí je pokládáno období předškolního a mladšího školního věku, kdy dítě ještě příliš nerozlišuje umělý, masmediální svět od skutečného. Zároveň však dodává, že proti tomuto nepříznivému vlivu médií nejsou imunní ani starší děti a mladiství.

O. Matoušek (38) k tomu dodává, že za normálních okolností má dítě již ve středním školním věku schopnost distancovat se od předváděného násilí a zaujímat k němu kritický postoj. Tato kritičnost se však dá vhodným druhem zábavného podání scén s násilím oslabovat.

Při dotazu, jakou formou mládež řeší problémy a konflikty v životě, bylo zjištěno, že děti a mladiství se nebrání použití násilí. Podle získaných odpovědí se jedná až o situace, kdy problém nelze vyřešit jiným způsobem a s užitím násilí začne druhá strana. Jeden mladistvý však přímo uvedl, že ví, že má se svým agresivním chováním problém a snadno se nechá vyprovokovat k užití násilí. Jedna mladistvá pak odpověděla, že pokud má problém, volá ihned svým přátelům, kteří za ni vše vyřídí včetně užití násilí.

M. Fitzgerald (11) ve sborníku vydaném Institutem pro kriminologii a sociální prevenci uvádí, že v Evropě v devadesátých letech došlo k nárůstu nejobvyklejších forem násilí mezi mládeží. Zde se také zabývá otázkou, zda je toto násilí aktivně povzbuzováno zvyšujícím se vlivem médií. Domnívá se, že míra, kterou je možné médií ovlivnit chování jednotlivců, je stále sporná, ovšem zdá se, že bylo dosaženo určité shody v tom, že jedinci, u nichž existuje z jiných důvodů riziko násilného chování, mohou být médii obzvlášť ovlivnitelní.

C. A. Cooper (6) k tomu pak dodává, že dnes je téměř každý násilný trestný čin spáchaný mladou osobou se zaujetím sledován veřejností a svědčí podle ní o vlivu médií. Často jsou však ostatní faktory, které k tomu trestnému činu přispěly, ignorovány.

J. Chromý (15) navíc odkazuje k možnému druhému úhlu pohledu na tuto oblast, a sice v tom smyslu, že kriminalita – ať již násilná či jiná – je fenoménem, který následně inspiruje tvorbu zábavních mediálních produktů. Nabízí totiž odpovídající příběhové vyjádření a zrovna tak představuje reálnou událost, v níž lze odkrýt řešení problémů společnosti.

Poslední okruh otázek byl zaměřen na reklamu vysílanou v médiích. Děti a mladiství byli při rozhovorech tázáni, co je podle nich reklama. Z odpovědí bylo patrné, že mladší jedinci ještě nechápou, co je smyslem reklamy, jelikož odpovídali, že se jedná o odpočinek či přestávku ve filmu. Mladiství již uváděli, že reklama je upoutávka na nové věci, že se nás snaží zaujmout a nachytat.

M. McLuhan (40) se zabývá kritikou reklamy a konstatuje, že reklama nás nutí přejít od literárního a soukromého názoru ke komplexnímu a inkluzivnímu světu skupinového charakteru, kdy se jedná o způsob života pro všechny a pro nikoho. Reklamu také nazývá autodestrukční formou kolektivní zábavy.

Na následující otázku, jaký je vztah mládeže k reklamám, byly získány shodné odpovědi. Děti a mladiství uvedli, že reklamy nemají rádi, vadí jim, když přerušují jejich oblíbené programy. Zde byl tedy patrný negativní postoj k reklamám.

Autorku také zajímalo, zda by mládež chtěla žít tak jako lidé v reklamě, případně mít to, co mají lidé zobrazovaní v reklamě. Otázka měla za cíl zjistit, zda děti a mladiství reklamě věří. Dva nezletilí a jeden mladistvý shodně uvedli, že by to bylo fajn mít se tak, jak je v reklamách ukazováno. Ostatní již uvedli, že reklamě nevěří, někteří dokonce odpověděli, že to musí být každému jasné, že v reklamách si vymýšlejí.

J. B. Thomson (57) v souvislosti s prezentací lidí v reklamě také uvádí, že jako normální je zde představován bohatý, krásný, štíhlý, zdravý a šťastný jedinec, avšak vyrovnat se mu ve skutečnosti není prakticky možné.

Dále byli odborníci dotazováni, zda reklama může děti a mladistvé ovlivňovat např. při nakupování. Všichni respondenti zastávali stejný názor, že reklama může děti a mladistvé v tomto směru ovlivnit. Stejně tak autorka práce si myslí, že reklama má moc působit na publikum včetně mládeže. Děti a mladiství pak ve čtyřech případech přiznali, že jim reklama může pomoci rozhodnout se při nakupování zboží. Jeden z dotázaných odpověděl, že ho reklama zcela jistě neovlivňuje, ale zároveň přiznal, že se voní deodorantem Axe a reklama na tento sprej se mu velmi líbí. Stejně tak jedna mladistvá sdělila, že se reklamou nenechá ovlivnit, ale nakupuje podle slev. Tyto slevy pak sleduje i v médiích.

Podle odpovědí získaných od odborníků děti nejsou schopny pochopit cíle reklamy, pouze okolní prostředí může vliv reklamy zmírnit. Starší děti si pak na základě reklamy hledají více informací o produktech, to znamená, že jsou také pod jejím vlivem, ale ne pod tak silným jako děti mladšího věku. Toto vyplynulo i z odpovědi jednoho z mladistvých, který sdělil, že se na reklamy dívá, ale o produktech si hledá další informace a až poté si danou věc případně zakoupí.

Následovala velmi ožehavá otázka směřovaná k dětem a mladistvým, zda někdy přemýšleli o tom nebo zda se jim někdy stalo, že by si opatřili zboží, které viděli v reklamě, nelegálně. Tato otázka měla za cíl zjistit motivaci delikventního jednání na základě reklamy. Jedna nezletilá a jeden mladistvý přiznali, že je taková věc již napadla. Jeden nezletilý pak odpověděl, že jako malý ukradl Kinder vajíčko. Vzhledem k tomu, že všichni tři dotázaní mají za sebou úctyhodný počet krádeží, jejich odpověď nebyla překvapující. Ostatní respondenti z řad mládeže uvedli, že by si danou věc raději koupili. Všichni dotázaní na dotaz odpověděli, že takovéto jednání nepovažují za správné.

V odpovědích odborníků na otázku, zda prezentace zboží v reklamě může motivovat mládež k delikventním činům ve skutečném životě, se odpovědi odlišovaly. Na jedné straně odborníci zastávali názor, že reklama může vést např. ke krádeží, kdy tyto odpovědi byly podloženy i příklady z praxe. Důležitou roli zde hrála také finanční situace rodiny. Na druhé straně dva dotázaní uvedli, že reklama sice může jednice v tomto směru ovlivnit, nicméně nejdůležitější roli zde opět hraje rodina, v jednom případě respondent odpověděl, že reklama je příliš přeceňovaná.

T. Trampota (58) srovnává negativní vliv násilí a reklam prezentovaných v médiích a zastává názor, že mediální násilí nemusí být hlavním faktorem ovlivňujícím následnou kriminalitu. Podle něj může být důležitějším stimulem kriminality mládeže reklama a systém zprostředkovaných hodnot, které média prezentují obecně. Uvádí, že větší podíl na kriminalitě totiž má kriminalita majetkové povahy a ta, pokud není stimulována hladem, či jinými fyzickými motivy jednání, může vycházet z touhy vlastnit, mít něco nového. Protože v dnešní společnosti je dobré to, co je nové, nejnovější, lesklé a třpytící se, co je zrovna "in". A základním motivem reklamy v médiích je vyvolávat a posilovat

potřebu vlastnit věci. V některých případech u psychicky nezralých osobností pak může být touha vlastnit silnější než vůle dodržovat normy a pravidla společnosti. Tudíž to nemusí být nutně mediální násilí, které se spolupodílí na kriminalitě dětí a mládeže, ale může to být systém hodnot, které mediální obsahy zprostředkovávají a akcentují.

J. Janíček (16) navíc zmiňuje, že média mohou také podpořit frustraci dítěte. Tu mohou způsobit i časté přechody z jedné reality do druhé a zjištění, že to, co je platné v realitě A, nemusí vůbec platit (nebo existovat) v realitě B. Frustrace se může dostavit i tehdy, nemůžeme-li naplnit své představy o ideálním životě, které jsme si světem médií nechali vnutit. Proto považuje frustraci pramenící z mediálního světa za jeden z klíčových faktorů pro vznik a rozvoj rizikového jednání.

Z odpovědí odborníků dále vyplynul velmi negativní postoj k reklamám cíleným přímo na dětské diváky, kdy je jeden z respondentů označil přímo za nebezpečné a diskvalifikující rodiče. Podle odborníků starší děti již dokáží reklamu více objektivizovat.

Účinná reklama předpokládá, že se dostane k těm pravým adresátům, ke správné cílové skupině a na tuto je také zaměřena. Důležitá je též přitažlivost, atraktivita zdroje a to, jak reklama dokáže získat sympatie této cílové skupiny (28).

Názor odborníků na reklamy na alkohol a tabákové výrobky vzhledem k osobám mladším 18 let, byl zjišťován v poslední otázce rozhovoru. V souvislosti s touto problematikou bylo dvěma dotázanými nastíněno společenské tolerování užívání alkoholu a cigaret. Odborníci se přímo nedomnívají, že by takováto reklama měla vliv na následné užívání alkoholu či tabákových výrobků.

Na otázku, jak se dívají na reklamu na alkohol, děti a mladiství nejčastěji odpovídali, že jim nevadí víc než normální reklama, nesledují jí či jí neřeší. Na dotaz, zda může mít způsob vytvoření reklamy a pozitivní vyobrazení jejích aktérů vliv na užívání alkoholu, všechna mládež shodně uvedla, že nejspíše ano. Dva z dotázaných dokonce uvedli, že se na reklamy na alkohol nedívají a sami ho nekonzumují z toho důvodu, že jejich otec byl alkoholik.

R. Komárková (28) uvádí, že téma motivace je pro psychologii reklamy naprosto klíčové. Z tohoto hlediska se na reklamu můžeme dívat jako na soubor stimulačních prostředků sloužících k ovlivnění motivace člověka. Toto se týká též reklam na alkohol a tabákové výrobky. U těchto reklam však může vznikat rozporuplnost reklamy, např. u reklam na cigarety, které se nabízejí téměř jako vstupenka do ráje a zároveň upozorňují na to, že kouření způsobuje rakovinu.

Na závěr byla pro dokreslení situace zpracována kasuistika mladistvého evidovaného kurátorem pro mládež, která dokládá, že se média mohou podílet na vzniku delikventního jednání. Vzhledem k rodinné situaci a bezprostřednímu okolí mladistvého v jeho dětství je však velmi pravděpodobné, že jeho chování může souviset i s těmito faktory.

Matoušek také shodně uvádí, že v souvislosti s negativním působením médií na děti a mládež by neměl být podceňovaný vliv rodiny a výchovy jedince, kdy funkce rodiny je v tomto případě nezastupitelná (38).

McQuail (39) dodává, že média budou jen zřídka kdy jedinou nebo dostatečnou příčinou určitého efektu a je neobyčejně těžké stanovit jejich relativní příspěvek.

Autorka, stejně jako některá odborná literatura, zastává názor, že je jistě jednodušší se přiklonit k tomu, že jedinec jednal na základě vlivu médií nežli zkoumat problém do hloubky a zaobírat se dalšími faktory, které jeho jednání ovlivnily. Jelikož ale lidské jednání představuje velmi složitý a individuální jev, je potřeba se zabývat všemi okolnostmi, které ho determinují.

6. ZÁVĚR

Část mediálních odborníků je přesvědčena o tom, že média mají negativní vliv na mládež, část z nich naopak říká, že nějaký vliv na dětského nebo mladistvého diváka neexistuje. Oba dva tyto tábory si pak své postoje navzájem dokazují různými studiemi.

Tato práce týkající se vlivu médií na delikventní chování dětí a mladistvých je zaměřena na skupinu mládeže, která je již v evidenci kurátora pro mládež. Autorka se domnívá, že právě u této kategorie mládeže může mít působení médií rozdílný dopad či účinek, než je tomu u běžné populace dětí a mladistvých. Tímto zaměřením se tak práce stává specifickou studií.

Po analýze dat získaných polostandardizovanými rozhovory a po analýze kasuistiky mladistvého byly získány hlubší informace o možném vlivu médií na delikventní chování dětí a mladistvých. Podle autorky byl tedy hlavní cíl práce splněn. Přestože je třeba vnímat tuto problematiku velmi individuálně, po zhodnocení provedených rozhovorů bylo možné stanovit následující hypotézy. Tyto hypotézy by pak bylo vhodné verifikovat rozsáhlejším kvantitativním výzkumem.

- H1:** *Při sledování vlivu médií na mládež nezáleží primárně na věku jedince, ale spíše na jeho rozumových a inteligenčních schopnostech.*
- H2:** *Zejména neúplná rodina, nízká kvalita vztahů v rodině, nižší stupeň inteligence a nezralá osobnostní struktura dětí a mladistvých zvyšuje míru jejich ovlivnění prostřednictvím médií.*
- H3:** *Podle dotázaných odborníků má na delikventní chování dětí a mladistvých nejvýznamnější vliv prezentace zkresleného obrazu o životě, reklama a mediované obsahy s prvky fiktivního i reálného násilí.*
- H4:** *Dotázané děti a mladiství připouštějí možnost, že by se člověk mohl inspirovat násilnými scénami z médií ve skutečném životě, u sebe však tento vliv médií vylučují.*
- H5:** *Dotázaní z řad dětí a mladistvých, kteří uvedli, že přemýšleli o získání zboží z reklamy nelegálním způsobem, se již v minulosti dopustili opakovaných krádeží.*
- H6:** *Nikdo z dotázaných se v praxi neseťkal s mediální výchovou.*

Přímý vliv médií na delikventní jednání mládeže se tedy jeví jako sporný, avšak u osob, u kterých je již zvýšeno riziko delikventního chování, může obraz prezentovaný v médiích takové jednání podpořit.

Jako podstatné vidí autorka práce zakomponování mediální výchovy do systému vzdělávání mládeže. Bohužel děti a mladiství evidovaní kurátorem pro mládež mají často problémy se školní docházkou, proto by bylo vhodné zařadit oblast mediální výchovy např. do probačních programů či programů ve středisku výchovné péče, kterých se tato mládež účastní. Jen tak je možné odvrátit negativní sociální i zdravotní důsledky vlivu médií na tuto skupinu dětí a mladistvých.

Při provádění výzkumné části práce bylo také zjištěno, že jako velice zajímavá by se mohla jevit studie zabývající se rodinným prostředím dětí a mladistvých evidovaných kurátorem pro mládež. Pozoruhodné by bylo zkoumat např. vztah rodičů k médiím v souvislosti s vlivem médií na delikventní jednání jejich dětí. Další poutavé téma zasluhující si důkladnější rozpracování představuje již zmíněná oblast mediální výchovy. Zcela jistě by bylo vhodné těmto tématům věnovat větší pozornost, jejich řešení by však již přesahovalo rámec předkládané diplomové práce.

Rozsah získaných výsledků je tak třeba vnímat jako základní uvedení do dané problematiky a je nepochybné, že některé z hypotéz by bylo nanejvýš vhodné verifikovat dalším výzkumem. Přesto by diplomová práce měla laické veřejnosti poskytnout přínosné informace. Práce by dále měla být přínosná zejména pro učitele, vychovatele, sociální pracovníky, kurátory pro mládež a všechny ostatní odborníky, kteří pracují s mládeží dopouštějící se delikventního jednání. V tomto případě by mohla sloužit jako základ pro další návazné studie či jako podklad pro vytváření nových koncepcí, které se týkají této specifické skupiny dětí a mladistvých.

7. KLÍČOVÁ SLOVA

Delikventní chování

Dítě

Média

Mediální výchova

Mladistvý

Násilí v médiích

Reklama v médiích

Vliv médií

8. SEZNAM POUŽITÝCH ZDROJŮ

- 1) BAJER, P. – HRDÁ, V. Otazníky sociální práce s rodinami In *Sociální práce – časopis pro teorii, praxi a vzdělávání v sociální práci*. 2005. č. 2, 167 s. ISSN 1213-624.
- 2) BOLDIŠ, P. *Bibliografické citace dokumentů podle ČSN 690 ČSN ISO 690: část 2 – Modely a příklady citací u jednotlivých typů dokumentů* [online]. Verze 3.1. © 1999-2004. [cit. 2010-04-10]. Dostupné z: <<http://www.boldis.cz/citace/citace2.pdf>>.
- 3) BURIÁNEK, J. – PODANÁ, Z. *Česká mládež v perspektivě delikvence*. 1. vyd. Praha: Filozofická fakulta Univerzity Karlovy v Praze, 2007. 78 s. ISBN 80-86284-68-9.
- 4) BURTON, G. – JIRÁK, J. *Úvod do studia médií*. 1. vyd. Brno: Barrister & Principal, 2001. 391 s. ISBN 80-85947-67-6.
- 5) COLEMAN, J. W. – KERBO, H. R. *Social problems*. 9. vyd. New Persey: Pearson Prentice Hall, 2006. 582 s. ISBN 0-13-154053-X.
- 6) COOPER, C. A. *Violence in the media and its influence on criminal defense*. 1. vyd. McFarland & Copany, 2007. 212 s. ISBN 13: 978-0786429516.
- 7) ČÍRTKOVÁ, L. *Forezní psychologie*. 1. vyd. Praha: Aleš Čeněk, 2004. 432 s. ISBN 80-86473-86-4.
- 8) ČÍRTKOVÁ, L. Násilí a sex v médiích In *Psychologie Dnes*. 2004, č.5, s. 23.
- 9) DUSPIVA, Z. Vliv elektronických médií na děti a mládež ČR v roce 2003 In *Britské listy*. ISSN 1213-1792 [online]. 2003 [cit. 2010-04-08]. Dostupné z: <<http://www.blisty.cz/art/15104.html>>.
- 10) FISHER, S. – ŠKODA, J. *Sociální patologie - Analýza příčin a možnosti ovlivňování závažných sociálně patologických jevů*. 1. vyd. Praha: Grada, 2009. 224 s. ISBN 978-80-247-2781-3.
- 11) FITZGERALD, M. – STEVENS, A. – HALE, CH. *Přehled znalostí o násilí mezi mládeží: Trendy, strategie a reakce v členských státech EU*. 1. vyd. Praha: Institut pro kriminologii a sociální prevenci, 2006. 126 s. ISBN 80-7338-049-08.

- 12) GJURIČOVÁ, J. – ŽÁRSKÝ, M. Vývoj kriminality v České republice se zvláštním zřetelem na kriminalitu dětí a mládeže. *Kriminalistika*, 1999, roč. 32, č. 1 [online]. 2008 [cit. 2010-04-10]. Dostupné z: <<http://aplikace.mvcr.cz/archiv2008/casopisy/kriminalistika/1999.html>>.
- 13) HENDL, J. *Kvalitativní výzkum: Základní metody a aplikace*. 1. vyd. Praha: Portál, 2005. 408 s. ISBN 80-7367-040-2.
- 14) HRONCOVÁ, J. Delikvencia a kriminalita jako společenský problém. In *Sociální patologie*. 1. vyd. Hradec Králové: Gaudeamus, 2007. Kapitola 3. 325 s. ISBN 978-80-7041-896-3.
- 15) CHROMÝ, J – VESECKÁ, R. *Kriminalita, veřejnost a média*. 1. vyd. Praha: Linde, 2009. 128 s. ISBN 978-80-7201-772-0.
- 16) JANÍČEK, J. *Vliv médií na vznik a rozvoj rizikového chování*. II. ročník celostátní konference Primární prevence rizikového chování. Praha: Centrum adiktologie - Psychiatrická klinika 1. lékařské fakulty UK, 2005.
- 17) JEDLIČKA, R. a kol. *Děti a mládež v obtížných životních situacích – Nové pohledy na problematiku životních krizí, deviací a úlohu pomáhajících profesí*. 1. vyd. Praha: Themis, 2004. 478 s. ISBN 80-7312-038-0.
- 18) JELÍNEK, J. – MELICHAROVÁ, D. *Zákon o soudnictví ve věcech mládeže – s poznámkami a judikaturou*. 1. vyd. Praha: Linde, 2004. 144 s. ISBN 80-7201-493-5.
- 19) JILČÍK, T. – PLŠKOVÁ, A. – ZAPLETAL, L. *Sociologie II*. Brno: Institut mezioborových studií, 1999. ISBN neuv.
- 20) JIRÁK, J. *Mediální technologie – Tištěná média*. Metodický portál RVP [online]. 2006 [cit. 2010-04-12]. Dostupné z: <<http://clanky.rvp.cz/clanek/o/z/548/MEDIALNI-TECHNOLOGIE---TISTENA-MEDIA.html>>.
- 21) JIRÁK, J. *Mediální technologie – Nová média*. Metodický portál RVP [online]. 2006 [cit. 2010-04-10]. Dostupné z: <<http://clanky.rvp.cz/clanek/o/z/547/MEDIALNI-TECHNOLOGIE---NOVA-MEDIA.html>>.

- 22) JIRÁK, J. – KÖPPLOVÁ, B. *Média a jejich role ve společnosti*. Metodický portál RVP [online]. 2006 [cit. 2010-04-09]. Dostupné z: <<http://clanky.rvp.cz/clanek/c/Z/555/media-a-jejich-role-ve-spolecnosti.html/>>.
- 23) JIRÁK, J. – KÖPPLOVÁ, B. *Média a společnost*. 2. vyd. Praha: Portál, 2007. 208 s. ISBN 978-80-7367-287-4.
- 24) JIRÁK, J. – KÖPPLOVÁ, B. *Masová média*. 1. vyd. Praha: Portál, 2009. 416 s. ISBN 978-80-7367-466-3.
- 25) JIRÁK, J. – KÖPPLOVÁ, B., a kol. *Mediální technologie – Rozhlas*. Metodický portál RVP [online]. 2006 [cit. 2010-04-10]. Dostupné z: <<http://clanky.rvp.cz/clanek/o/z/550/MEDIALNI-TECHNOLOGIE-ROZHLAS.html/>>.
- 26) JIRÁK, J. – KÖPPLOVÁ, B., a kol. *Mediální technologie – Televize*. Metodický portál RVP [online]. 2006 [cit. 2010-04-10]. Dostupné z: <<http://clanky.rvp.cz/clanek/o/z/551/MEDIALNI-TECHNOLOGIE---TELEVIZE.html/>>.
- 27) JIRÁK, J. – KÖPPLOVÁ, B. – SEKERA, M. *Mediální technologie – Film*. Metodický portál RVP [online]. 2006 [cit. 2010-04-10]. Dostupné z: <<http://clanky.rvp.cz/clanek/o/z/549/MEDIALNI-TECHNOLOGIE---FILM.html/>>.
- 28) KOMÁRKOVÁ, R. – VYSEKALOVÁ, J. *Psychologie reklamy*. 2. vyd. Praha: Grada, 2002. 264 s. ISBN 80-247-0402-1.
- 29) KOZLOVÁ, L. – KUBELOVÁ, V. *Jak psát bakalářskou a diplomovou práci*. 1. vyd. České Budějovice: Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích – ZSF, 2008. 56 s. ISBN 978-80-7394-112-3.
- 30) KRAUS, B. – POLÁČKOVÁ, V. *Člověk – prostředí – výchova*. 1.vyd. Brno: Paido, 2001. 199 s. ISBN 80-7315-004-2.
- 31) KUČHTA, J. – VÁLKOVÁ, H. a kol. *Základy kriminologie a trestní politiky*. 1. vyd. Praha: C. H. Beck, 2005. 544 s. ISBN 80-7179-813-4.
- 32) KUNCZIK, M. *Základy masové komunikace*. 1. vyd. Praha: Karolinum, 1995. 307 s. ISBN 80-7184-134-X.
- 33) LANGMEIER, J. – KREJČÍŘOVÁ, D. *Vývojová psychologie*. 2. vyd. Praha: Grada, 2006. 368 s. ISBN 80-247-1284-9.

- 34) MAREŠOVÁ, A. a kol. *Sociálně patologické jevy u mládeže a návrh opatření k omezení jejich vzniku*. 1. vyd. Praha: Institut pro kriminologii a sociální prevenci, 1997. 154 s. ISBN 80-86008-34-7.
- 35) MARKOVÁ, M. Vliv sociálních faktorů na problémové chování adolescentů In *Pediatric pro praxi*. 2008. roč. IX, č. 3, str. 190–191. ISSN 1213-0494.
- 36) MARTÍNEK, Z. *Agresivita a kriminalita školní mládeže*. 1. vyd. Praha: Grada, 2009. 152 s. ISBN 978-80-247-2310-5.
- 37) MATOUŠEK, O. – KROFTOVÁ, A. *Mládež a delikvence*. 1. vyd. Praha: Portál, 1998. 335 s. ISBN 80-7178-226-2.
- 38) MATOUŠEK, O. – KROFTOVÁ, A. *Mládež a delikvence*. 2. vyd. Praha: Portál, 2003. 340 s. ISBN 80-7178-771-X.
- 39) McQUAIL, D. *Úvod do teorie masové komunikace*. 1. vyd. Praha: Portál, 1999. 447 s. ISBN 80-7178-200-9.
- 40) McLUHAN, M. *Understanding media: the extensions of man*. 2. vyd. The MIT Press, 2001. 392 s. ISBN 978-0262631594.
- 41) MIČIENKA, M., JIRÁK, J. a kol. *Rozumět médiím - základy mediální výchovy pro učitele*. 1. vyd. Praha: Partners Czech. 2006. 218 s. ISBN -239-6762-2.
- 42) NEŠPOR, K. – SCHEANSOVÁ, A. *25 reklamních triků a jak se jim bránit* [online]. 2010 [cit. 2010-04-11]. Dostupné z: < <http://www.drnespor.eu/r-trik3.doc>>.
- 43) NIKLESOVÁ, E. *Teorie a východiska současné mediální výchovy*. 1. vyd. České Budějovice: Jihočeská Univerzita. Pedagogická fakulta v Českých Budějovicích. 2007. 140 s. ISBN 978-80-7040-995-4.
- 44) NOVOTNÝ, O. – ZAPLETAL, J., a kol. *Kriminologie*. 3. vyd. Praha: ASPI, 2008. 528 s. ISBN 978-80-7357-376-8a.
- 45) PAVLIČÍKOVÁ, H. – ŠEBEŠ, M. – ŠIMŮNEK, M. *Mediální pedagogika – Média a komunikace v teorii a učitelské praxi*. 1. vyd. České Budějovice, JU v Českých Budějovicích, 2009. 134 s. ISBN 978-80-7394-198-1.
- 46) POLÁKOVÁ, E. *Prostriedky masovej komunikácie, multikultúrna spoločnosť a vzdelávanie*. Nitra: PF UKF, 2001. 100 s. ISBN 80-8050-396-6.

- 47) POKORNÝ, V. – TECLOVÁ, J. – TOMKO, A. *Prevence sociálně patologických jevů*. 1. vyd. Brno: Ústav psychologického poradenství a diagnostiky, 2003. 186 s. ISBN 80-86568-04-0.
- 48) POSPÍŠIL, J – ZÁVODNÁ, L. S. *Mediální výchova*. 1. vyd. Kralice na Hané: Computer Media, 2009. 88 s. ISBN 978-80-7402-022-3.
- 49) PROKOPOVÁ, D. *Etopedie* [online]. 2010 [cit. 2010-04-11]. Dostupné z: <<http://www.specou.cz/files/eto-prez.pdf>>.
- 50) PSOTA, J. *Vliv her na psychiku člověka* [online]. 2010 [cit. 2010-04-10]. Dostupné z: <<http://www.dialog.stred.org/clanky/vliv-her-na-psychiku-cloveka/>>.
- 51) REIFOVÁ, I. A kol. *Slovník mediální komunikace*. 1. vyd. Praha: Portál, 2004. 328 s. ISBN 80-7178-926-7.
- 52) SLOBODA, Z. Mediální pedagogika: integrující přístup k uchopování a chápání role médií ve společnosti. In: *Miscellanea Sociologica - Sborník příspěvků z 2. doktorandské sociologické konference pořádané FSV UK*. 2006. s. 27.
- 53) *Slovník: Nastolování agendy (agenda setting)*. Revue pro média. [online]. 2008 [cit. 2010-04-8]. Dostupné z: <<http://fss.muni.cz/rpm-blog/index.php?/archives/205-Slovník-Nastolovani-temat-agenda-setting.html>>.
- 54) SRPOVÁ, H., BARTOŠEK, J. a kol. *Od informace k reklamě*. 1. vyd. Ostrava: Filozofická fakulta. Ostravská univerzita. 2007. 271 s. ISBN 978-80-7368-265-1.
- 55) ŠÁMAL, P., a kol. *Zákon o soudnictví ve věcech mládeže - Komentář*. 2. vyd. Praha, C. H. Beck, 2007. 1199 s. ISBN 978-80-7179-375-5.
- 56) ŠEPSOVÁ, Z. *Virtuální hospitace - Mediální výchova: Reklamní slogan*. RVP metodický portál [online]. 2010 [cit. 2010-04-09]. Dostupné z: <<http://clanky.rvp.cz/clanek/o/g/8181.html/>>.
- 57) THOMSON, J. B. *The Media and Modernity. A Social Theory of Media*. Hardcover: Polity Press, 1995. ISBN 0-7456-1004-8.
- 58) TRAMPOTA, T. *Zpravodajství*. 1. vyd. Praha: Portál, 2006. 191 s. ISBN 80-7367-096-8.

- 59) VÁGNEROVÁ, M. *Vývojová psychologie – dětství, dospělost, stáří*. 1. vyd. Praha: Portál, 2000. 522 s. ISBN 80-7178-308-0.
- 60) VEČERKA, K., a kol. *Mladiství pachatelé na prahu tisíciletí*. 1. vyd. Praha: Institut pro kriminologii a sociální prevenci, 2004. 125 s. ISBN 80-7338-033-1.
- 61) VEČERKA, K., a kol. *Mládež v kriminologické perspektivě*. 1. vyd. Praha: Institut pro kriminologii a sociální prevenci, 2009. 129 s. ISBN 978-80-7338-079-3.
- 62) *Velký sociologický slovník*. Sv. II, P-Ž. Praha: Karolinum, 1996, 749-1627 s. ISBN 80-7184-310-52.
- 63) VRÁNKOVÁ, E. Mediální výchova In *Revue pro média*. č.8 [online]. 2010 [2010-04-10]. Dostupné z: <http://fss.muni.cz/rpm/Revue/Heslar/medialni_vychova.htm>.
- 64) VYKOPALOVÁ, H. *Sociálně patologické jevy v současné společnosti*. 1. vyd. Olomouc: Univerzita Palackého, 2002. 154 s. ISBN 80-244-0337-4.
- 65) WENNERHOLM ČÁSLAVSKÁ, T. – KUBÁLKOVÁ P. *Gender, média a reklama. Možnosti (samo)regulace gendrových stereotypů v médiích a reklamě* [online]. 2009 [cit. 2010-04-11]. Dostupné z: <<http://www.osf.cz/attachments/gender-media-reklama.pdf>>.
- 66) Zákon č. 104/1991 Sb., *sdělení federálního ministerstva zahraničních věcí o sjednání Úmluvy o právech dítěte*.
- 67) Zákon č.359/1999 Sb., *o sociálně právní ochraně dětí ve znění pozdějších předpisů*.

9. PŘÍLOHY

Příloha 1: Příklad vyučovací hodiny mediální výchovy: Reklamní slogan
- Virtuální hospitace

Příloha 2: Statistika počtu dětí a mladistvých evidovaných kurátory pro
mládež za rok 2008 – JČ kraj, Č. Budějovice

Příloha 3: Statistika počtu dětí a mladistvých evidovaných kurátory pro
mládež za rok 2009 – Č. Budějovice

Příloha 4: Okruh otázek určených dětem a mladistvým v evidenci kurátora
pro mládež

Příloha 5: Okruh otázek určených dětskému klinickému psychologovi,
pracovníkovi PMS ČR a kurátorům pro mládež

Příloha 6: Souhlas dotázaných či jejich zákonných zástupců s rozhovorem

**Příloha 1: Příklad vyučovací hodiny mediální výchovy: Reklamní slogan –
Virtuální hospitace**

<p>Anotace:</p>	<p>Zamysleli jste se někdy nad tím, jak a čím reklama působí na příjemce, jaký účel je sledován neustálým opakováním stejných reklam? Co je potřeba k vytvoření reklamy, která zaujme, je vtipná a má nápad?</p>
<p>Klíčové kompetence:</p>	<p>Základní vzdělávání -> Kompetence komunikativní -> rozumí různým typům textů a záznamů, obrazových materiálů, běžně užívaných gest, zvuků a jiných informačních a komunikačních prostředků, přemýšlí o nich, reaguje na ně a tvořivě je využívá ke svému rozvoji a aktivnímu zapojení se do společenského dění</p> <p>Základní vzdělávání -> Kompetence k učení -> vyhledává a třídí informace a na základě jejich pochopení, propojení a systematizace je efektivně využívá v procesu učení, tvůrčích činnostech a praktickém životě</p>
<p>Očekávaný výstup:</p>	<p>Základní vzdělávání -> Jazyk a jazyková komunikace -> 2. stupeň -> Český jazyk a literatura -> Komunikační a slohová výchova -> rozpoznává manipulativní komunikaci v masmédiích a zaujímá k ní kritický postoj</p>
<p>Průřezová témata:</p>	<p>Základní vzdělávání -> Mediální výchova -> kritické čtení a vnímání mediálních sdělení</p> <p>Základní vzdělávání -> Mediální výchova -> tvorba mediálního sdělení</p>
<p>Organizace řízení učební činnosti:</p>	<p>Frontální, Skupinová, Individuální</p>

Organizace prostorová:	Školní třída
Nutné pomůcky:	Pracovní listy (kopírovatelné z publikace <i>Základy mediální výchovy</i>), volný list papíru, psací potřeby, počítač s připojením k internetu, dataprojektor, zvuková technika
Klíčová slova:	média, reklama, reklamní slogan, manipulace, mediální výchova

Úvod:
Výuka probíhá v rámci povinně volitelného předmětu Mediální výchova. Žáci pracují s texty známých reklamních sloganů, poté se věnují televizním reklamám a v závěru hodiny vytvářejí vlastní reklamní slogany a vytvoří vlastní virtuální hospitaci.
Cíl:
Žáci rozpoznají manipulativní funkci reklamy, popíšou, jaký vliv na vnímání reklamy má slogan, sami reklamní slogan vytvoří. Výuka podpoří kritické vnímání reklamy.
Podmínky výuky:
Ve výuce by měla být přítomna početně malá skupina žáků (cca 8), aby bylo možné zajistit předpoklady pro optimální aktivní zapojení všech žáků jak do jednotlivých činností, tak do diskuze.
Použitá edukační média:
Mičienka, M. – Jiráček, J.: <i>Základy mediální výchovy</i> , 2007 a CD-ROM <i>Rozumět médiím</i> . Dále je možné pro potřeby této vyučovací hodiny vytvořit powerpointovou prezentaci. Využity mohou být rovněž audiovizuální nahrávky reklam.

Zdroj: ŠEPSOVÁ, Z. Virtuální hospitace-Mediální výchova:Reklamní slogan. RVP metodický portál (56)

Příloha 2: Statistika počtu dětí a mladistvých evidovaných kurátory pro mládež za rok 2008 – JČ kraj, Č. Budějovice

Tabulka 1: Počet evidovaných dětí a mladistvých celkem za rok 2008

Počet evidovaných celkem rok 2008		Z toho			
		Nezletilí	Z toho dívek	Mladiství	Z toho dívek
<i>Jihočeský kraj</i>	3 222	1 194	318	2 028	494
<i>České Budějovice</i>	1 127	342	112	785	253

Zdroj: Magistrát města Č. Budějovice, 2010

Tabulka 2: Důvody evidence dětí a mladistvých celkem za rok 2008

Důvody evidence – rok 2008, Č. Budějovice					
	Celkem	Nezletilí	Z toho dívek	Mladiství	Z toho dívek
<i>Trestná činnost</i>	164	38	4	115	16
<i>Přestupky</i>	34	-	-	34	10
<i>Výchovné problémy</i>	456	121	42	335	109

Zdroj: Magistrát města Č. Budějovice, 2010

Tabulka 3: Využité prostředky k řešení situace za rok 2008

Využité prostředky k řešení situace – rok 2008, Č. Budějovice					
	Celkem	Nezletilí	Z toho dívek	Mladiství	Z toho dívek
<i>Uložené dohledy</i>	21	3	-	18	8
<i>Uložená výchovná opatření</i>	70	-	-	60	10
<i>Opatření uložená nezletilým</i>	50	47	3	-	-
<i>Návrh na předběžné opatření</i>	14	3	-	11	9
<i>Návrh na ústavní či ochrannou výchovu</i>	-	-	-	-	-

Zdroj: Magistrát města Č. Budějovice, 2010

Příloha 3: Statistika počtu dětí a mladistvých evidovaných kurátory pro mládež za rok 2009 – Č. Budějovice

Tabulka 1: Počet evidovaných dětí a mladistvých celkem za rok 2009

Počet evidovaných celkem rok 2009		Z toho			
		Nezletilí	Z toho dívek	Mladiství	Z toho dívek
<i>České Budějovice</i>	1 531	552	215	1009	334

Zdroj: Magistrát města Č. Budějovice, 2010

Tabulka 2: Důvody evidence dětí a mladistvých celkem za rok 2009

Důvody evidence – rok 2009, Č. Budějovice					
	Celkem	Nezletilí	Z toho dívek	Mladiství	Z toho dívek
<i>Trestná činnost</i>	154	47	6	107	18
<i>Přestupky</i>	31	-	-	31	5
<i>Výchovné problémy</i>	720	388	153	332	139

Zdroj: Magistrát města Č. Budějovice, 2010

Tabulka 3: Využité prostředky k řešení situace za rok 2009

Využité prostředky k řešení situace – rok 2009, Č. Budějovice					
	Celkem	Nezletilí	Z toho dívek	Mladiství	Z toho dívek
<i>Uložené dohledy</i>	12	2	2	10	5
<i>Uložená výchovná opatření</i>	66	-	-	66	8
<i>Opatření uložená nezletilým</i>	46	46	-	-	-
<i>Návrh na předběžné opatření</i>	18	3	1	15	11
<i>Návrh na ústavní či ochrannou výchovu</i>	2	-	-	2	-

Zdroj: Magistrát města Č. Budějovice, 2010

**Příloha 4: Okruh otázek určených dětem a mladistvým v evidenci kurátora
pro mládež**

1) Otázky zaměřené na volný čas dětí a mladistvých

2) Otázky zaměřené na vztah dětí a mladistvých k médiím

3) Otázky zaměřené na vliv médií na děti a mladistvé

4) Otázky zaměřené na násilí prezentované v médiích

5) Otázky zaměřené na reklamu vysílanou v médiích

1) Otázky zaměřené na volný čas dětí a mladistvých

- Kolik hodin máš denně volného času?
- Jak a s kým ho trávíš?
- Jak bys chtěl svůj volný čas trávit a s kým, kdyby sis mohl vybrat?
- K jakým typům médií máš přístup?

2) Otázky zaměřené na vztah dětí a mladistvých k médiím

- Která z médií využíváš nejvíce a proč?
- Jak bys charakterizoval/a tvůj vztah k těmto médiím?
- Proč využíváš média, co ti to přináší?
- Jaké typy pořadů v TV máš nejraději?
- Z jakého důvodu nejčastěji využíváš internet?

3) Otázky zaměřené na vliv médií na děti a mladistvé

- Myslíš si, že tě média ovlivňují a jakým způsobem?
- Znáš ve svém okolí někoho, koho média ovlivňují a jakým způsobem?
- Máš nějakou filmovou (seriálovou) postavu, kterou obdivuješ a chtěl/a by ses jí podobat?
- Jak se díváš na pravdivost informací uváděných v televizi či na internetu?
- Slyšel/a jsi někdy slovo mediální výchova a víš, co to znamená?

4) Otázky zaměřené na násilí prezentované v médiích

- Co si myslíš o zobrazování témat násilí, agrese a sexu v televizi nebo na internetu?
- Myslíš si, že by tyto zobrazované scény z televize či internetu mohly vést k činům ve skutečném životě?
- Stalo se ti někdy něco podobného?
- Jaký máš názor na násilí, které je vysíláno v televizi či na internetu, je podle Tebe reálné?
- Jakou formu řešení problémů a konfliktů v životě upřednostňuješ?

5) Otázky zaměřené na reklamu vysílanou v médiích

- Co je podle tebe všechno reklama a proč je jí tolik kolem nás?
- Jaký je Tvůj vztah k reklamám, máš nějakou oblíbenou reklamu?
- Chtěl/a bys žít tak jako lidé v reklamě, příp. mít to, co mají lidé zobrazovaní v reklamě?
- Ovlivňuje tě reklama, necháš se ovlivnit při nakupování zboží reklamou?
- Přemýšlel/a jsi někdy o tom, nebo stalo se ti někdy, že by sis opatřil zboží, které jsi viděl v reklamě nelegálně?
- Jak se díváš na reklamy na alkohol?

**Příloha 5: Okruh otázek určených dětskému klinickému psychologovi,
pracovníkovi PMS ČR a kurátorům pro mládež**

1) Otázky zaměřené na volný čas dětí a mladistvých

2) Otázky zaměřené na vztah dětí a mladistvých k médiím

3) Otázky zaměřené na vliv médií na děti a mladistvé

4) Otázky zaměřené na násilí prezentované v médiích

5) Otázky zaměřené na reklamu vysílanou v médiích

1) Otázky zaměřené na volný čas dětí a mladistvých

- Kolik hodin mají děti a mladiství denně volného času?
- Jak a s kým tento volný čas tráví?
- Jak by chtěli svůj volný čas trávit a s kým, kdyby si mohli vybrat?
- K jakým typům médií mají děti a mladiství přístup?

2) Otázky zaměřené na vztah dětí a mladistvých k médiím

- Která z médií využívají děti a mladiství nejvíce a proč?
- Jak byste charakterizoval/a jejich vztah k těmto médiím?
- Proč využívají média, co jim to podle Vás přináší?
- Jaké typy pořadů mají děti a mladiství v TV nejraději?
- Z jakého důvodu děti a mladiství nejčastěji využívají internet?

3) Otázky zaměřené na vliv médií na děti a mladistvé

- Mohou média ovlivňovat děti a mladistvé a jakým způsobem?
- Které mediované obsahy mohou ovlivňovat děti a mladistvé nejvíce?

- Pozorujete někdy konkrétní projevy tohoto vlivu médií u dětí a mladistvých ve své profesi?
- Jak se děti a mladiství dívají na pravdivost informací uváděných v televizi či na internetu?
- Jak souvisí okolní prostředí, biologické a psychické predispozice jedince s mírou jeho ovlivnění médii?
- Máte povědomí o mediální výchově a víte, co obnáší?

4) Otázky zaměřené na násilí prezentované v médiích

- Co si myslíte o zobrazování témat násilí, agrese a sexu v televizi nebo na internetu?
- Myslíte si, že by zobrazované scény z televize či internetu mohly u dětí a mladistvých vést k činům ve skutečném životě?
- Setkal/a jste se s podobnou situací ve své praxi?
- Jaký máte názor na schopnost dětí a mladistvých posoudit reálnost či fiktivnost násilí zobrazovaného v televizi či na internetu?
- Jakou formu řešení problémů a konfliktů upřednostňují děti a mladiství ve skutečném životě?

5) Otázky zaměřené na reklamu vysílanou v médiích

- Ovlivňuje děti a mladistvé reklama, nechají se ovlivnit při nakupování zboží reklamou?
- Jsou děti a mladiství schopni pochopit funkci reklamy a oprostit se tak od jejího vlivu?
- Může prezentace zboží v reklamě motivovat děti či mladistvé k delikventním činům ve skutečném životě?
- Jak se díváte na reklamy cílené přímo na dětské a mladistvé jedince?
- Jaký názor máte na reklamy na alkohol a tabákové výrobky vzhledem k osobám mladším 18 let?

Příloha 6: Souhlas dotázaných či jejich zákonných zástupců s rozhovorem

Všichni zákonní zástupci dotázaných dětí a mladistvých obdrželi toto písemné vysvětlení charakteru výzkumu a svým podpisem potvrdili, že za uvedených podmínek souhlasí s poskytnutím informací svými dětmi. Stejně prohlášení podepsali i odborníci pracující s mládeží, která se dopustila delikventního jednání.

Charakter výzkumu:

V rámci diplomové práce na téma „Média a jejich vliv na delikventní chování dětí a mladistvých“ bude realizován kvalitativní výzkum dané problematiky. Jako technika tohoto výzkumu budou využity polostrukturované rozhovory s vybranými dětmi a mladistvými, kteří jsou evidováni kurátorem pro mládež. Dále budou v rozhovorech odpovídat také odborníci pracující s mládeží, která se dopustila delikventního jednání. Veškeré získané informace z těchto rozhovorů jsou považovány za důvěrné, a proto identifikační údaje dotazovaných budou v diplomové práci změněny. Získané informace budou využity pouze pro potřeby diplomové práce.

Písemný souhlas:

Tímto prohlašuji, že jsem byla informována o podmínkách účasti ve výzkumu a tímto také souhlasím s poskytnutím informací Veronice Janouchové, studentce 5. ročníku Zdravotně sociální fakulty Jihočeské univerzity v Č. Budějovicích v rámci výzkumu k její diplomové práci.

V..... dne.....

podpis.....