

UNIVERZITA JANA AMOSE KOMENSKÉHO PRAHA

MAGISTERSKÉ

KOMBINOVANÉ ŠTÚDIUM

2015 – 2016

DIPLOMOVÁ PRÁCA

Mária Arendáriková

**Agresivita a násilie v spravodajstve televízneho
vysielania**

Praha 2016

Vedúci diplomovej práce: **PaedDr. Milan Hejdiš, Phd.**

JAN AMOS KOMENSKY UNIVERSITY PRAGUE

MASTER

COMBINED STUDIES

2015 - 2016

DIPLOMA THESIS

Mária Arendáriková

Aggression and violence in news broadcasting

Prague 2016

The Diploma Thesis Work Supervisor:

PaedDr. Milan Hejdiš, Phd.

Prehlásenie

Prehlasujem, že predložená diplomová práca je mojim pôvodným autorským dielom, ktorú som vypracovala samostatne. Všetku literatúru a ďalšie zdroje, z ktorých som pri spracovaní čerpala v práci, riadne citujem a sú uvedené v zozname použitých zdrojov.

Súhlasím s prezenčným sprístupnením svojej práce v univerzitnej knižnici.

V Prahe dňa 10.03.2016

Mária Arendáriková

Pod'akovanie

Chcela by som sa poďakovať môjmu vedúcemu diplomovej práce pánovi PaedDr. Milanovi Hejdišovi, PhD. za jeho odborné a erudované vedenie počas spracovania mojej diplomovej práce, za jeho trpezlivosť, rady a pripomienkovanie.

Anotácia

Diplomová práca sa zaoberá vysielaním agresivity a násilia v spravodajstve televízneho spravodajstva. Prvá, teoretická časť obsahuje prehľad o vzniku a vývoji televízneho vysielania a jej vplyv na publikum, vymedzenie základných pojmov agresivity, násilia a jej prejavy v spravodajskom vysielaní. Druhá, prieskumna časť diplomovej práce obsahuje prieskum, ktorý bol realizovaný dotazníkovou formou medzi oslovenými respondentmi a dotýka sa názoru a vysielania o agresivite a násilí v televíznom spravodajstve.

Kľúčové pojmy

Agresia, agresivita, kriminalita, médium, manipulácia, násilie, publikum, spravodajstvo, televízne vysielanie.

Annotation

This thesis deals with broadcasting aggression and violence in television news reporting. The first section provides a theoretical overview of the origin and development of broadcasting and its impact on the audience, the definition of basic concepts of aggression, violence and its manifestations in broadcast news. The second part of the thesis research includes research that was conducted in the form of a questionnaire among the respondents and touches of opinion and broadcasting of aggression and violence in television news.

Key words

Aggression, crime, media violence, manipulation, audience, news, television.

OBSAH

ÚVOD	9
1 VZNIK A ROZVOJ TELEVÍZNEHO VYSIELANIA	11
1.1 Médium a jej štúdiá	11
1.2 Rozvoj komunikačných médií	12
1.2.1 História vysielacieho média – film, rozhlas, televízia.....	13
1.3. Vývoj nových elektronických médií s aspektom na spravodajstvo.....	14
2. MEDIÁLNE PUBLIKUM.....	17
2.1 Definícia publika	17
2.1.2 Vývoj publika	19
2.2 Mediálne pôsobenie na publikum	20
3 SPRAVODAJSTVO TELEVÍZNEHO VYSIELANIA	22
3.1 Charakteristika spravodajstva a jeho úlohy.....	22
3.1.1 Televízne spravodajstvo a jej typológia	24
3.2 Hodnoty spravodajstva	25
3.3 Vplyvy a účinky v spravodajstve televízneho média	27
3.3.1 Faktory vplyvu selekcie správ.....	29
4 AGRESIA A AGRESIVITA.....	31
4.1 Vymedzenie pojmov agresia a agresivita	31
4.1.1 Asertivita, hostilita, konflikt, incident	33
4.2 Pozitívna a negatívna agresia	34
5 NÁSILIE.....	37
5.1 Definícia a formy násilia	37
5.2 Násilie ako kriminálny čin	38
5.3. Násilie na televíznej obrazovke	40
6 PÔSOBENIE TELEVÍZNEHO SPRAVODAJSTVA NA PUBLIKUM	42
6.1 Negativizmus v televíznom spravodajstve	42
6.2 Manipulácia	45
6.2.1 Stupne manipulácie	46
6.3 Propaganda.....	47
6.3.1 Cenzúra.....	48
6.4 Sledovanosť a jej dôvody	48
7 EMPIRICKÁ ČASŤ	50
7.1 Ciele prieskumu.....	50
7.2 Hypotézy prieskumu.....	51

7.3 Charakteristika priekumnej vzorky	51
7.4 Metódy prieskumu	53
7.5.Spôsob spracovania údajov.....	54
7.6 Komentár k výsledkom prieskumu	54
7.6.1 K Hypotéze H1	55
7.6.2 K Hypotéze H2	58
7.6.3 K Hypotéze H3	59
7.6.4 K Hypotéze H4	64
8 DISKUSIA	68
8.1.Závery pre prax.....	69
ZÁVER	71
ZOZNAM POUŽITÝCH ZDROJOV	72
ZOZNAM TABULIEK A GRAFOV	76
ZOZNAM PRÍLOH	78

ÚVOD

Nad témou diplomovej práce a pri jej výbere sme neuvažovali dlho. Hoci o prejavoch agresivity a násilia vieme veľa, v minulosti sa o tomto probléme nehovorilo a veľmi často ignorovalo. S agresivitou a násilím sa stretávame v každodennom styku a to najmä prostredníctvom spravodajského televízneho vysielania, ktoré nás o nej informuje.

Agresivita a hlavne násilie je kriminálny čin a je problémom súčasnej doby a týka sa celej spoločnosti. Oproti minulosti sa tejto téme sa už v dnešnej dobe venuje dosť veľká pozornosť, pretože býva hneď odkrytá pred očami verejnosti a to prostredníctvom každého oznamovacieho média. Dnešná generácia je odlišná ako tie predchádzajúce, preto pozorujeme medzi sebou viac agresívneho správania. Jedná sa o celosvetový problém, za ktorým sa skrýva množstvo strachu a často krát aj s celoživotnými následkami. Preto nás oslovila táto téma a rozhodli sme sa priblížiť televízne médium, jeho vznik, rozvoj, mediálny vplyv na správanie spoločnosti.

Média sprostredkovávajú udalosti zo sveta aj so zahraničia zároveň nás pozitívne a negatívne ovplyvňujú. Často si kladieme otázku, prečo by nás mal niekto ovplyvňovať, ale odpoveď je nami jasná, lebo sa nechávame sami ovplyvňovať a zároveň aj manipulovať. Každý, kto sa chce prostredníctvom informácie dozvedieť o dani z domácej a svetovej spoločnosti siaha po informačnom spravodajskom televíznom zdroji. Práve spravodajstvo televízneho spravodajstva ponúka najaktuálnejšie informácie nielen slovom, ale aj obrazom.

V posledných rokoch sa stali práve negatívne spravodajské informácie ako lákadlo k sledovanosti, z čoho ťažia najmä majitelia a vlastníci licencií jednotlivých televízií. Získavanie si televízneho diváka na základe ponúkaných negatívnych informácií, kde je propagovaná agresivita a násilie je veľmi smutné. Lenže násilie sa stáva módou a pre niektorých jedincov so sklonmi agresívneho správania aj nevyhnutnou záležitosťou životného štýlu. Práve preto môže televízne spravodajstvo využívať tieto situácie a priťahovať pozornosť televíznych divákov.

Hlavným cieľom práce je priblíženie agresivity a násilia v spravodajstve televízneho vysielania, zistiť aký vplyv má televízne spravodajstvo na výberovú vzorku, jej častá sledovanosť a ovplyvniteľnosť spravodajským médium. Myslíme si, že dospelá populácia je málo informovaná o agresivite, násilí a manipulovaní spravodajskými médiami. Preto sme sa rozhodli ozrejmiť jednotlivé pojmy agresivity,

násilia a ich spoločný činiteľ. Motiváciou pri písaní tejto diplomovej práce bolo vôbec spravodajstvo televízneho vysielania, ktoré sami každý deň sledujeme, aby sme sa zakaždým niečo nové dozvedeli. Správy bez negatívnych oznámení si nevieme už asi ani predstaviť.

Pri spracovaní diplomovej práce sme vychádzali z viacerých publikácií zahraničných, slovenských a českých autorov, ktorá nám pomohla ozrejmiť danú tému. Preto ďakujeme všetkým autorom, za veľmi prospešné a využiteľné publikácie.

TEORETICKÁ ČASŤ

1 VZNIK A ROZVOJ TELEVÍZNEHO MÉDIA

1.1 Médium a jej štúdia

Slovo médium je odvodené z latinčiny a označuje prostriedok, prostredník, sprostredkujúci činiteľ, čiže niečo čo sprostredkováva a je sprostredkované. Tento výraz sa používa aj vo fyzike, biológii, chémii, výpočtovej technike a taktiež aj v teórii sociálnej komunikácie. Všetky odbory, ktoré sa zaoberajú rôznym spôsobmi a prejavmi medziľudskej, sociálnej komunikácie, označujú pojmom médium/médiá niečo, čo sprostredkováva, uskutočňuje niekomu určité oznámenia, teda komunikačné médium (Jiráček, Köpplöva, 2003, s. 15,16).

Média sa radia podľa McQuaila (1999, s. 21) ku sprostredkovávaniu zábavy a trávenia voľného času. Sú nápomocne pri organizovaní, radia sa k najväčším priemyselným odvetviam, ktoré sa stále rozširujú a priťahujú na seba pozornosť. Média sú závislé na celej spoločnosti, hlavne od vyšších orgánov, ktoré vykonávajú ekonomickú a politickú moc, ale pritom môžu mať média opačne vplyv na tieto organizácie. V dnešnej modernej dobe majú hlavne televízia, rozhlas a noviny zásadný a narastajúci význam. Média sú **zdrojom moci**, ktoré ovládajú, ovplyvňujú a inovujú v spoločnosti. Sú informačným prameňom pre spoločenské organizácie, pre ktoré je potrebné ich fungovanie. Média sú **prostredím** z prostredia verejného života, kde sa odohrávajú udalosti na národnej a medzinárodnej úrovni. Sú dôležitým zdrojom o význame sociálnej reality a jej predstavy. Radia sa ako pomocné „kľúče“ ku sláve a k známej osobnosti a taktiež prezentácií na verejnosti. Média rozlišujú čo je **normálne**, pričom signalizujú, vymeriavajú odchylky a určujú, čo je verejne akceptovaná normalita.

Pováčšina autorov, ktorí sa zaoberajú štúdiom médií, rozdeľujú ľudské dejiny komunikácie podľa toho, aká mediálna komunikácia, t.j. aký prostriedok komunikácie bol, alebo stále je pre dané obdobie určený.

Kononcom šesťdesiatych rokov 20. storočia rozdelil McLuhan rôzne etapy, na základe ktorých sú sprostredkované informácie. Delené sú na tri hlavné obdobia:

- analfabetické - tribálne obdobie,

- typografické a mechanický – individuálne „Gutenbergove obdobie“,
- elektronické obdobie (In: Jirák, Köpplová, 2003, s. 18).

Jirák a Köpplová (2003, s. 16.) ďalej rozlišujú jednotlivé typy medziľudskej komunikácie:

- **intrapersonálna** – komunikácia so sebou samým, napríklad: pri spracovaní nového poznatku či pri zvažovaní výhod rôznych riešení, pred rozhodnutím,
- **interpersonálna** – komunikácia medzi dvomi alebo tromi osobami,
- **skupinová** – komunikácia vo vnútri skupiny, napr. zamestnanie, rodina,
- **medziskupinová** – komunikácia medzi pevnými a ustálenými skupinami, napríklad medzi športovým tímom, skupinami v školskom prostredí, medzi skupinami v centrách voľného času, atď.,
- **inštitucionálna/organizačná** – komunikácia v rámci politického systému, vo vnútri podnikateľského subjektu alebo viacerými podobnými subjektmi atď.,
- **celospoločenská** – komunikačné procesy sú dostupné všetkým príslušníkom určitej spoločnosti – radí sa sem aj komunikácia podmienená existenciou *masovými médiami*, teda *mediálna komunikácia*.

Média sa radia k sociálnej komunikácii, zohrávajú dôležitú úlohu v súčasnom spoločenskom, kultúrnom, ekonomickom a politickom živote. Thompson konštatuje význam médií pre súčasnosť: „*rozvoj komunikačných prostriedkov ponúkol nielen moc viditeľnú v mnohých nových podobách, ale tiež jej ponúkol byť viditeľnou v bezpríkladnej miere*“ (In: Jirák, Köpplová, 2003, s. 15).

1.2 Rozvoj komunikačných médií

Dejiny masových médií podľa McQuaila (2009, s. 39) určujú pri jej vývoji štyri hlavné charakteristiky a to technológiu sociálnu, politickú, kultúrnu, ekonomickú. Tým tvoria skupinu činností, potrieb a funkcií s ľuďmi, ktorí sa tým združujú do skupín a tried, podľa ich záujmových činností. Tieto charakteristiky vstupujú do vzájomnej interakcie a sú rozdelené do rôznych stupňov.

Medzi základy dejín moderných médií patrí na poprednom mieste tlačená kniha. Jej objavením nastal veľký prevrat v histórii, aj keď išlo pôvodne len o reprodukciu textu, alebo súborov textov, ktoré boli na počiatku rozmnožované len ručne. Knihtlač ovplyvnila postupne jej obsah, smerom k praktickejším a ľudovým dielam. Takáto zmena zohrala veľkú úlohu v transformácii v stredoveku. Tým môžeme povedať

o revolučnej a spoločenskej premene, kde kniha nastavila neodmysliteľnú úlohu. Knihu ako médium môžeme charakterizovať ako:

- technológiu ručného písma,
- zviazané stránky,
- veľký počet kópií,
- zbožný charakter,
- rozdielny charakter,
- individuálny charakter,
- sloboda publikovania.

K ďalším komunikačným médiám, ale s väčšou inováciou sa radili v histórii noviny. Medzi ich predchodcu sa radili letáky a bulletiny, ktoré sa šírili za pomoci vznikajúcich poštových služieb. Tým sa hlavne šírili správy pre medzinárodný obchod. Prvé noviny boli voľné v predaji, mali viac účelné použitie (inzercia, klebety, využitie voľného času). Až v neskoršej dobe môžeme noviny označiť ako sériu bojov, víťazstva a prehier v bitke o slobodu. Medzi najdôležitejšie etapy vývoja tlače, ktoré ovplyvnili modernú technológiu patria:

- pravidelné a časté vychádzanie,
- zbožný charakter,
- informačný obsah,
- pôsobenie vo verejnej sfére,
- mestské, svätské publikum,
- relatívna sloboda (McQuaila, 2009, s.40).

1.2.1 História vysielacieho média – film, rozhlas a televízia

K vysielacím médiám v histórii radíme film, rozhlasové a televízne vysielanie. Koncom devätnásteho storočia sa objavil **film** ako technická novinka, ale nevynikali ani obsahom ani spôsobom akým sa prezentovali. Poskytoval diváckemu publiku v tej dobe len zábavu v podobe hudby, technické a komické triky.

Film ako masové médium bol použitý ako „vynález“ pri trávení voľného času, keď ľudia a rodiny neboli v práci. Hlavne robotnícke triedy mali kultúrne zážitky, na čo pred tým mali nárok len ľudia z vyššie postavených spoločenských tried.

K ďalším a dôležitým vysielacím masovým médiám radíme vysielanie (broadcasting) **rozhlasu a televízie**. Majú už vyše sedemdesiatročnú respektíve

štyridsaťročnú históriu. Vznikli na základe technológii existujúcich už pred tým – z telegrafu, telefónu, zvukových nahrávok (McQuaila, 2009, s. 47).

Williams (1975) vysvetľuje: „Na rozdiel od všetkých predchádzajúcich komunikačných technológií vznikol rozhlas a televízia, ako systémy vyvinuté predovšetkým pre vysielanie a prijímanie ako abstraktné procesy v podstate bez definovania prenášaného obsahu“ (In: McQuaila, 2009, s. 47-48).

Hlavnou spoločnou úlohou pre rozhlas a televíziu je umožniť a poskytnúť priame sledovanie, prenášanie a zaznamenávanie udalostí v každej chvíli, keď sa niečo deje. Hlavným dôsledkom pre tieto médiá je, že sú populárne a majú politický význam. Napriek tomu, že rozhlas a televízia majú vzájomnú moc, môžeme povedať, že si prakticky nevydobyli takú slobodu slova, aby mali až také právo vyjadrovať názory a správať sa politicky celkom nezávisle.

Charakteristické črty vysielacích médií sú:

- veľmi rozsiahli výstup, rozsah a dosah,
- audiovizuálny obsah,
- zložitá technológia a organizácia,
- verejný charakter,
- národný a medzinárodný charakter,
- veľmi rozmanité podoby obsahu (McQuaila, 2009, s.47-48).

Na Slovensku začalo pravidelné rozhlasové vysielanie v auguste 1926 v Bratislave z provízorneho štúdia v tzv. Vládnej budove na Vajenského nábreží. Prvé televízne štúdio bolo tiež v Bratislave, v prevádzkovej budove vysielateľa na Kamzíku. Televízia sa radí k jedným najmladším prostriedkov masovej komunikácie a jej narastajúci vplyv je najvýznamnejším trendom na poli masových médií. V súčasnosti rozumieme pod pojmom televízia nielen klasickú, ale aj družicovú a káblovú televíziu. Programy, videohry a iné si môžeme vyberať a pozerať už aj na objednávku (Hlinková, 2007, s. 51-52).

1.3. Vývoj nových elektronických médií s aspektom na spravodajstvo.

Mediálny vývoj znížil fyzickú prítomnosť a jej význam ako aj udalosti s ľuďmi, ktorí sú jej súčasťou. V dnešnej dobe môžeme pozerať na spoločenské dianie a pritom nemusíme byť fyzicky prítomný, máme možnosť komunikovať s ostatnými a nemusíme sa stretnúť na jednom mieste. V dávnej dobe bola fyzická prítomnosť pre získanie

skúseností nevyhnutnosťou. Napríklad, keď ste sa chceli stretnúť, alebo počuť prezidenta v jeho kancelárii, museli ste prísť za ním a byť priamo u neho v kancelárii. Ak ste si prečítali prejav, alebo ste ho od niekoho počuli prerozprávajú, kto tam bol prítomný, získali ste počúvaním a čítaním informácie nazývanej aj „z druhej ruky“.

Nové elektronické médiá zmenili vplyv času a priestoru na sociálnu interakciu. Tieto elektronické médiá sú už takmer všade prítomné (Meyrowitz, 2006, s.9).

Meyrowitz (2006, s 67) ďalej tvrdí, že nové médiá a ich vplyv spočívajú v tom, že sú iné ako tie staré, pričom menia sociálne aspekty, ktoré boli závislé na predchádzajúcich komunikačných prostriedkoch, ako napríklad knižnica urýchlila vývoj vedy a náboženskú reformu. Nové médium je už len súčasťou už existujúceho spektra starého média.

Vývoj televízneho média, ako aj vývoj televízneho spravodajstva je neustále doprevádzaný v oblasti elektroniky technologickými zmenami. Spravodajskú produkciu zásadne ovplyvnili za posledné desaťročie nové, rôzne aplikácie technických princípov záznamu a spracovanie zvukového a obrazového signálu.

Prvou etapou zahajenia tohto dynamického procesu bol v druhej polovici 70. rokov nástup **elektronického televízneho spravodajstva**. Pred jeho vznikom bolo dlhé vývojové obdobie, v ktorom sa stále zdokonaľovali analogové záznamy obrazu a prenosových záznamových zariadení. V tej dobe bola veľmi náročná výroba správ. Používali sa 16 mm dvojpásky filmovej technológie, ktoré boli oddelené od zvukového a obrazového záznamu. Postupne sa tieto technológie nahradili elektronickým reťazcom, ktorý bol nahradený farebnou televíznou kamerou a cievkovým magnetofónom, ktorý bol neskôr tiež nahradený videomagnetofónom. Vyvrcholením technológie sa nahradili kompaktné videokamery a používali sa pri reportáži, lebo majú vysokú citlivosť snímacích prvkov a posúvajú televízne spravodajstvo doteraz k nepoznaným možnostiam.

Druhým krokom, ktorý je veľmi podstatný pre produkciu televízneho spravodajstva bolo na prelome 80. a 90. rokov zavedenie **satelitného televízneho spravodajstva** a umožnilo prenos a natáčanie príspevkov spravodajstva na základe špeciálnych satelitných prenosových vozov a telekomunikačných družíc, aj keď vzdialenosť od štúdia bola aj tisíc kilometrov vzdialená.

Tretou etapou je súčasná prebiehajúca etapa, pri ktorej televízne spravodajstvo postupne prechádza na úplnú digitalizáciu zvuku a obrazu, teda **digitálne spravodajstvo**. Jej podstata spočíva v tom, že celkové spracovanie, odbavovanie

a prenášanie všetkých spravodajských materiálov je vysielané na báze počítačov, za pomoci serverov superpočítačových komunikačných sietí.

Touto modernou technológiou, ktorá nastúpila sa začala úplne nová premena éry televízneho spravodajského vysielania a jej tvoriace metódy a žánrove druhy žurnalistiky (Osvaldova a kol., 2005, s. 86 - 87).

2 MEDIÁLNE PUBLIKUM

Televízneho diváka v masovej komunikácii nazývame publikum. Vyznačuje sa väčším počtom ľudí, ktorí prijímajú oznamy produkované prostredníctvom masových médií. Termín publikum sa používa nielen medzi teoretikmi, ale hlavne v praxi.

2.1 Definícia publika

Slovo publikum definuje Jiráček a Köpplová (2003, s. 86 - 87) ako označenie pre kolektív, alebo užívateľov nejakého média, ktorí prijímajú verejne dostupné informácie, napríklad: filmové projekcie, odber časopisov, rozhlasové a televízne stanice. Tu sa ale odráža rozdielna perspektíva kultúrneho a prenosového modelu. Niektorí vnímajú publikum ako „príjemcu“, ktorý príma a musí sa s informáciami sám vysporiadať. Druhí vnímajú publikum skôr ako „užívateľa“, ktorý informácie vyhľadáva, formuje a tak prispieva k vývoju kultúrneho prostredia v spoločnosti. Publikum je označenie „*inštitucionalizovaného kolektívneho užívateľa, alebo príjemcu nejakého oznamu*“. Publikum je kolektívne označenie „príjemcu“ jednoduchého modelu masovej komunikácie a jeho procesu. Zjednodušene povedané, publikum sú všetci, ktorí sa radia ku divákovi, poslucháčovi alebo čitateľovi každého mediálneho kanálu, alebo ich spôsobu podávania. Z významového hľadiska by toto pomenovanie nemalo robiť problémy a aj všetci mediálni teoretici a praktici sa bezproblémovo zhodli na používaní tohto termínu.

Turan (2002, s.12) tvrdí, že publikum charakterizuje aj aktivita a nie len sociabilita. Môžeme hovoriť o aktívnej sociálnej skupine, ktorej protiklad je pasívna sociálna množina jednotlivcov, ktorí sú ako príjemca, vychádzajúcich z dominantnej paradigmy. Význam slova „*aktivita vo vzťahu k publiku nie je jednotne chápaný*“.

Publikum je podľa Burtona a Jiráčka (2001, s. 313) príjemca v mediálnej komunikácii, teda početné zastúpenie príjemcov mediálnych textov. Publikom sa nedá nazvať ani sociálnou skupinou, ktorá je stabilná a taktiež ani abstraktná predstava, ktorá by bola oddelená od vedenia praktického života. Publikum sú všetci, aj tí, ktorí sa podieľajú pri príprave mediálnych informácií, lebo sú súčasťou prijímania týchto materiálov. Zvláštnosťou ale je, že má v procese mediálnej komunikácie prevažne zastúpenie stredná trieda a väčšina mužov.

McQuail (1999, s. 315) definuje publikum ako kolektívne označenie pre príjemcov masovej komunikácie. Všetkých divákov, čitateľov a poslúcháčov nazývame publikum. Trhové publikum môžeme charakterizovať ako „*množinu skutočných a potenciálnych spotrebiteľov mediálnych služieb a produktov so známim socioekonomickým profilom*“. V modernej dobe sa k tržným formám radí masový trh.

V dnešnej masovokomunikačnej teórii hovorí D. McQuail (1999) o piatich spôsoboch publika:

- **Selektivita** – silné sledovanie médií (zvlášť jedného) je pasívny výraz. Kombinovanie viacerých médií je odraz aktivity.
- **Utilitarizmus** – publikum je aktívne, keď si vyberá mediálne obsahy a uspokojí si svoje potreby, nezáväzne na predchádzajúce skúsenosti prijímania mediálnych produktov.
- **Odolnosť voči ovplyvneniu** – aktívne publikum sa dokáže „ubrániť“ manipulovaniu médiami.
- **Vztiahnutie** – nazývaný aj stav upútania. Recipienta dokáže zaujať mediálny produkt natoľko, že sa stotožní s postavou a prežíva to, čo by znázornená postava mala prežívať (In:Turan, 2002, s.12).

„*Publikum tvoria ľudia, ktorí sú v určitom vzťahu ku komunikátorovi, k médiu a k obsahu*“. Medzi základné nástroje komunikátorov a mediálnych organizácií je spoznanie publika. Mediálne organizácie využívajú na svoje riadenie a plánovanie všetky informácie získané o publiku. Jeden z dôvodov ťažkostí prostriedkov masovej komunikácie je, že publikum nie je konkrétne poznateľné a nemôžeme ho priamo pozorovať. Hlavnou metódou pri skúmaní publika je exploratívna metóda. Pri výskume publika televízie, rozhlasu a tlače sa to netýka len dospelého jedinca, ale aj deti a mládeže, preto nemôžu byť použité rovnaké kategórie (Hlinková, 2007, s. 93-94).

Publikum ďalej podľa Hlinkovej (2007, s. 96) rozlišujeme:

- 1) podľa skupinovej príslušnosti mladých ľudí, ale aj podľa náboženskej, etnickej a politickej príslušnosti,
- 2) podľa očakávaného uspokojovania potrieb ako byť informovaný, ale aj potreby zabávať sa,
- 3) podľa záujmu a vkusu o mediálny obsah,

- 4) podľa obľúbenosti a zvyku ku konkrétnemu médiu, ako sú napríklad televízna a rozhlasová stanica, noviny a časopisy (Hlinková, 2007, s. 93-95).

Publikum sa dá definovať aj ako príjemca v mediálnej komunikácii a neradí sa k sociálne stabilnej skupine a ani abstraktnej predstave, ktorá by mala byť od praktického života oddelená. Všetci sme publikum – aj ľudia, ktorí prispievajú, podieľajú sa na príprave všetkých mediálnych materiálov a zároveň sú príjemcami týchto mediálnych informácií. Charakteristickou zaujímavosťou je, že prevažujú medzi nimi hlavne muži a zástupcovia strednej vrstvy (Jiráček, 2003, s. 313).

2.1.1 Vývoj publika

Vznik publika, jeho charakteristické znaky, vývoj, ale aj možný zánik a vplyv ktoré pôsobí na správanie – od socioekonomických až po technologické je najčastejším predmetom záujmu mediálnych štúdií. Už v 40. a 50. rokoch začalo samotné štúdium mediálneho publika a je spojované s významným sociológom komunikácie Paulom Lazarsfeldom a taktiež s predstaviteľmi Frankfurtskej školy, ktorými boli: Theodor Adorno, Herbert Marcuse a Max Horkheimer. Všetci boli presvedčení o jednostrannom a veľkom vplyve médií. Verili, že média môžu pôsobiť na myslenie a postoje príjemcov. Na druhej strane neschopnosť príjemcov, ktorá je zásadná, akokoľvek aktívne a účinne čelia jej pôsobeniu.

V 70. a 80. rokoch 20. storočia nastal zvýšený záujem o príjemcov v mediálnej komunikácii a na fungovaní mediálnych systémov. V tejto dobe sa rozvíjali práce v centre pre súčasné kultúrne štúdiá birminghamskej univerzity (Burton, Jiráček, 2001, s.314).

O vývoji publika sa podľa Jiráčka a Köpplovej (2003, s.94-95) objavujú štyri veľmi rozdielne etapy:

- 1. Obdobie elitného pluku** – mediálne publikum bolo malé, reprezentovalo kultivovanejšiu a vzdelanejšiu spoločnosť.
- 2. Obdobie masového publika** - publikom sa stáva celá populácia ako uvádza Potter (1998), takže sú v ňom zastúpené všetky vrstvy spoločnosti. Média chcú získať čo najväčšiu pozornosť od publika. Masové publikum sa začína utvárať z čitateľov v prvej štvrtine 19. storočia a rozvíjali sa až po súčasnosť pre televíznych divákov zábavných programov. Média nemajú ale snahu predať služby a informácie každému, ale majú záujem celú populáciu rozdeliť na segmenty.

3. Obdobie špecializovaného publika – utriedenie malých publik s vyhranenými konkrétnymi záujmami. V tomto období je oslovená už vymedzená časť publika. Tu nastal rozvoj a nástup špecializovaných rozhlasových a televíznych staníc. Publikum, ktoré je charakteristické pre toto obdobie je svojimi sociodemografickými charakteristikami výrazne homogénne.

4. Obdobie interaktívneho publika – ako opisuje Neuman (1991): jednotlivец sa už v tomto období môže sám rozhodnúť a vybrať si, čo bude čítať, počúvať, čítať a akú konečnú podobu to bude mať. Tým si berie na seba niektoré funkcie editora. Toto obdobie je charakteristické najmä s nástupom digitalizovaných médií (In: Jirak, Köpplova, 2003, s. 94-95).

2.2 Mediálne pôsobenie na publikum

Pôsobenie média na publikum podľa určitých faktorov určil McQuaila (1999, s. 333-334) nasledovne:

- **všeobecné kultúrne a sociálne okolnosti** – záleží od veku a rodiny, ďalej od vzdelania a sociálneho prostredia, t.j. kultúrneho prostredia,
- **dostupnosť** – pri získavaní publika ovplyvňuje aké je jeho pracovné vyťaženie, dostatok spánku a voľný čas,
- **všeobecná preferencia, zaujem a vkus** – divák si sám utvára názor o obľúbenosti a neobľúbenosti druhu obsahov napríklad spravodajstvo, televízny šport, komédie atď.,
- **alternatívne podvedomie** – ak je divák informovaný v dostupnom čase o alternatívnych možnostiach, sám si volí podľa vkusu a záujmu konkrétny program,
- **kontext sledovania** – výber sledovania programu závisí od toho, či sa divák pozerá sám, alebo viacerí, či ma možnosť samostatného rozhodovania a sledovanie je motivačné. Aj výdrž sa radí k výsledkom, ak sa sleduje program, ktorý je už zapnutý.

Publikum nemusí byť závislé pri jeho utváraní len od ponuky a prezentácie médií, preto základné činitele by sa dali určiť nasledovne:

- **úmyselné zameranie na vybrané skupiny** – deti, ženy, obyvatelia určitej oblasti,
- **žánrové zameranie** – oslovenie publika podľa druhu a záujmu programu napríklad: šport, informácie, akčné programy,
- **predbežná a vlastná prezentácia**, jej druh a miera,

➤ **programové načasovanie** – plánované ponúkané programy pre dosiahnuteľné publikum, podľa vzorcov súťaživosti a vkusu s ostatnými médiami. Veľkosť publika a jeho zloženie sú určitým spôsobom manipulované na základe toho, aké programy dodávateľ ponúka McQuaila (1999, s. 334).

3 SPRAVODAJSTVO TELEVÍZNEHO VYSIELANIA

Stredobodom záujmu sledovanosti sú v posledných rokoch relácie televízneho spravodajstva, ktoré nás informujú každý deň o dianí u nás a vo svete.

V nasledujúcich podkapitolách priblížime charakteristiku, organizáciu spravodajského vysielania, jej vplyvy a účinky.

3.1 Charakteristika spravodajstva a jeho úlohy

Spravodajstvo televízneho vysielania sa radí k osobitnému mediálnemu žánru. Dá sa povedať, že je vlastne akýmsi „dedičstvom“, ktoré televízia prevzala od takzvaných predchodcov – rozhlasu a tlače. Základnou a dôležitou úlohou spravodajstva je umožnenie a sprostredkovanie aktuálnych udalostí, ktoré uskutočnili za určitý čas (poslednej hodiny, dňa, týždňa, mesiaca, roku atď.). Spravodajstvo odráža sociálnu realitu konkrétneho priestoru (štátu, kontinentu, regiónu, lokality). V tejto realite nejde len o odzrkadľovanie, lebo televízne noviny majú svoju konkrétnu štruktúru, formu, prostriedky, ktoré sú výraznejšie a ktoré daniu vo sveta nezodpovedajú. Tým je potrebné uvažovať o spravodajstve v inom spracovaní (Turan, 2002, s.7).

Spravodajstvo a jeho úlohou je podľa Venera (2010, s.14-15) „*v otváraní okna do sveta, pretože výhľad z okna záleží na tom, či je okno veľké, alebo malé a sklá priesvitne čisté.*“ To by znamenalo, že by každá správa bola zverejnená, bez toho, či niečím zaujme, alebo nie. Medzi poskytovateľmi správ panuje tvrdá konkurencia, preto je dobré usúdiť, akú správu možno poslať a tým poskytovateľa aj motivovať. Mimoriadne udalosti a nešťastia sú ohodnotené viac, ako bežné dobré správy vysielané každý deň. I. F. Stone uviedol, že: „*správa je to, čo chce niekto niekde utajiť, všetko ostatné je reklama* (In: Verner, 2010, s.15).

Spravodajstvo sa odlišuje od všetkých tlačených médií, má zvláštne postavenie a ochranu v spoločnosti, čím má povolené vyjadriť si názor v mene verejnosti. Mediálne inštitúcie by nemohli existovať bez správ a naopak. Publikovanie správ nie je možné uskutočňovať v súkromí alebo individuálne (McQuail, 1999, s. 299).

Spravodajstvo je vedomou novinárskou činnosťou, pri ktorej je konkrétny počuteľný a viditeľný výsledok, ktorý je vložený v obsahu novín, rozhlasu, televízie a taktiež v takzvaných nových médiach (Osvaldová a kol.,2005, s.21).

Spravodajstvo sa musí rýchlo prispôbiť udalostiam, hlavne tým, ktoré často neočakávané a prekvapivé. V celkovej podstate neočakávané udalosti sú len malá časť spravodajstva. Dáva sa prednosť správam, ktoré sú niečím významné a pre príjemcu zaujímavé alebo príťažlivé, napr. politické rozhodnutia (Jiráček, Köpplová, 2007 s. 76).

Robert Park (1940) vychádzal z iných prameňov z histórie a umiestnil spravodajstvo medzi dve tzv. stupnice od „zoznámenia“ až po „vedomosti“. Spravodajstvo sa nachádza niekde v strede stupnice. Keď porovnáme Parkove výsledky spravodajstva s históriou môžeme ich označiť niekoľkými dôležitými bodmi:

- *spravodajstvo je časové* – veľmi nedávne, alebo stále opakujúce sa udalosti,
- *spravodajstvo je nesystematické* – oddelené udalosti a deje, na svet sa pozeráme prostredníctvom spravodajstva v nesúvislých dejoch,
- *spravodajstvo je klamlivé* – keď sú udalosti aktuálne vtedy spravodajstvo „žije“, ale neskôr sú nahradené iné formy prameňov pre účel záznamu,
- *spravodajské udalosti by mali byť aspoň netradičné alebo nečakané*, pričom je viac ohodnotená kvalita ako „skutočná udalosť“,
- *spravodajské nečakané udalosti* sú povedľa charakterizované „spravodajskými hodnotami“, ktoré sú vždy relatívne a, majú úsudok a záujem o publikum,
- *spravodajstvo pomáha pri orientácii*, smeruje pozornosť a nenahrádza čo už vieme ,
- *spravodajstvo predpovedá*.

Posledný bod Park (1940) vysvetlil provokačne takto: „...ak je neočakávané to, čo sa stane, nie je úplne nečakané to, čo sa dostane do správ. Udalosti, ktoré teraz rovnako ako pred tým dávajú pôvod správam, sú vlastne očakávané veci. [...] Všeobecne ide o náhody a nehody, na ktoré je verejnosť pripravená, ...veci, ktorých sa niekto bojí lebo v nich dúfa“ (In: McQuail, 1999, s. 299-300).

Mýlili by sme sa, ak by sme si pod spravodajstvom predstavovali len obsahy správ, s ktorými prichádzajú každodenne príjemcovia do styku. Spravodajstvo je činnosť, ktorá je vykonávaná mediálnymi profesionálmi v rámci mediálnych organizácií. Masové médiá v súčasnej dobe ponúkajú rôzne obsahy, ktorým príjemcom prisudzuje rozdielne role a význam. Niektoré zdroje považujú za zábavu a odpočinok napr. film, seriál. Iné programy majú príjemcovi ponúknuť vyriešiť nejaký problém a hlavne sa

z toho poučiť – poradne, programy so vzdelávacou tematikou. V produkcii médií zastáva medzi všetkým týmito typmi obsahu zvláštne postavenie spravodajstvo, čo značí ponúkanie rôznych informácií. Sú to správy, ktoré by mohli byť užitočné, dôležité alebo aspoň poučné. Za významný atribút sú preto považované správy pre svoju predpokladanú užitočnosť a za spoločenskú „funkciu“ komunikácie. Správy nám napomáhajú zorientovať sa v živote, vo svete a vo vlastnom rozhodovaní sa. Preto sa správy považujú za relatívne pravdivú informáciu o spoločnosti, svete a ľuďoch (Trampota, 2006, s. 21-24).

Televízne spravodajstvo je určené ušiam a očiam pre diváka. Prostredníctvom rôznych kombinácií pohyblivých obrázkov, zvuku a hovoreného slova oslovuje diváka. Je to najprirodzenejšie zmyslové sprostredkovanie informácií o okolitom svete. Vzťah medzi týmito prvkami rozhoduje, aby oznámené informácie boli správne pochopené a akým spôsobom sú prezentované. Na rozdiel od iných médií žurnalistiky, je vznik televíznej správy oznamovacím prvkom vo vizuálne akustických záberoch a hlavne hovorením a myslením v obrazoch (Osvaldová a kol., 2005, s.73).

3.1.1 Televízne spravodajstvo a jej typológia.

Spravodajstvo tvorí základ každej serióznej televízie. Patrí k základom programovej vysielacej štruktúry, pretože ako program je ako jeden z mála vysielaný na živo v stále určenej a nemenenej časovej osi programu. Význam spravodajstva potvrdzuje aj skutočnosť, že vysielané spravodajské relácie sú zaradené hneď na úvode najsledovanejších večerných programov – nazývané aj prime time.

Televízne spravodajstvo je charakteristické vysokou pohotovosťou a bezprostrednosťou šírením audiovizuálnych informácií sprostredkovaním v dennej periodicite a časovej kontinuite jedného dňa. Má mimoriadnu schopnosť prenášať informácie v časovom priebehu s vývojom udalostí, pričom informuje v priamom prenose divákov o svetovom a domácom dianí .

Spravodajská produkcia televízneho vysielania zahŕňa širokú oblasť žurnalistickej činnosti a tá sa materializuje už v konkrétnych typoch produktov spravodajstva, ktoré sú definované ako žáner, kompozičná forma a formát. K najviac frekventovaným formátom televízneho spravodajstva sa radia **krátke spravodajské programy a hlavné spravodajské relácie**, ktoré sú radené medzi dva základné programové typy, na základe ich špecifických podmienok programovej štruktúry televízneho vysielania.

Krátke spravodajské programy zabezpečujú informačný servis v obrazoch a opakujú sa pravidelne vo vysielaní v pevne určených časových intervaloch počas celého dňa. Majú charakteristickú úvodnú a záverečnú znelku, ich obsah je zredukovaný na 5-6 stručných príspevkov a popritom je prepojený komentár moderátora. Dĺžka príspevkov sa pohybuje v priemere okolo piatich minút, ale môžu byť aj dlhšie. Naopak, niektoré televízne stanice vysielajú kratšie správy titulkového charakteru, ktoré sú zložené len z niekoľkých jednovetových šotových informácií.

Hlavné spravodajské relácie sú spravidla zaradené hneď na začiatku večerného programového bloku a prinášajú súhrnný celodenný prehľad v obraze o domácich a zahraničných udalostiach. Všetky udalosti sa skladajú s pôvodných obrazových príspevkov spravodajstva, prebratých z agentúrnych audiovizuálnych materiálov, telefonátov a taktiež, buď z predtočených alebo priamych vstupov spravodajcov a reporterov zo zahraničia, ktorí sa nachádzajú priamo na mieste udalostí. Tieto vstupy sú doprevádzané živým slovom priamo zo spravodajského štúdia.

Časová dĺžka vysielania hlavných spravodajských programov na českých a taktiež na slovenských televíznych staniciach sa pohybuje od 15 do 30 minút, pričom priemerná frekvencia príspevku trvá asi 10 až 18 minút. Niektoré stanice majú zaradené k hlavnej spravodajskej relácii aj športový spravodajský blok, iné stanice ho majú zaradené ako samostatný program.

Jednotlivé televízne stanice sa líšia štruktúrou vysielania hlavných spravodajských programov. Každá televízia prezentuje rozdielne názory a postupy pri výbere a zostavovaní spravodajských obsahov. Dáva sa dôraz nielen na aspekty spoločenského významu a dôležitosti, ale aj zábave, zaujímavostiam a atraktivite odvysielanej udalosti (Osvaldová a kol., 2005, s.79-80).

3.2 Hodnoty spravodajstva

Spravodajstvo sa radí podľa Jiráka a Köpplovej (2007, s. 77) ku mediálnym produktom, má predvídateľný a stabilný charakter, pri ktorom sa výber a spracovanie správ uskutočňuje na základe zažitých a opakujúcich sa kritérií, ktoré nazývame „*spravodajské hodnoty*“ alebo „*spravodajské faktory*“. Všetky činitele, ktoré už v určenom období, či v kultúrnom a sociálnom prostredí rozhodujú pri zaradení správy do spravodajstva a jej spracovaní nazývame spravodajské hodnoty. Pod tým rozumieme, že nejaká možná téma prekročí mediálny „*prah pozornosti*.“ Pri prekročení

hranice pozornosti môže rozhodovať intezita jednej hodnoty- napríklad miera negativity celej udalosti. Ďalším rozhodnutím môžu byť viackombinovateľné hodnoty napríklad negativity spojená s blízkosťou, prekvapením, jednoznačnosťou. Prekročenie hranice pozornosti je aj preto dôležitá, lebo médiá majú veľkú snahu pri správach, ktorým sa rozhodla venovať veľký dôraz a význam.

Pri výbere správ sa diskutuje už od druhej polovice 17. Storočia. Watson (1998) pripomína, že nemecký autor Kaspar Stieler (1665) vo svojej publikácii *Zeitungs – Lust und Nutz* už v roku 1665 poukazoval na faktory ktoré sú kritériom pri výbere správ. Patria sem faktory **dôležitosti**, **blízkosti**, **dramatickosti** a **negativity**. V roku 1922 prvý krát označil ako vlastný pojem „*spravodajská hodnota*“ Walter Lippmann v publikácii *Public Opinion*, kde sa snažil vysvetliť, aké informácie novinári prepúšťajú do spravodajstva ako novinky – všetko, čo má presný obsah, konflikty, prekvapenie. Ako spravodajské hodnoty uviedol Lippmann: „**jednoznačnosť udalostí**, **prekvapivosť**, **priestorovú blízkosť**, **osobne zaujatie a konflikt**“. Úplnú pravdivú analýzu spravodajských hodnôt určili nórsky analytici Johan Galtung a Maria Ruge (1965). Tí rozdelili spravodajské hodnoty do troch kategórií: **organizačná, žánrová a sociokultúrna**.

- **Sociokultúrne a žánrove hodnoty** – radíme sem: blízkosť predmetu správy, jej jednoduchosť, pochopiteľnosť, priebežnosť a možnosti ďalšieho vývoja, vzťahy k elitným osobám, štátom, národom, negativity, porovnávanie so skôr odvysielanými správami, prekvapenie.
- **Sociokultúrna a zároveň organizačnú hodnotu** má predvídateľnosť. Tá má dve roviny: dovoľuje svojmu médiu umiestniť svojich spravodajcov na správne miesto v správnom čase a snaží sa podať publiku očakávanie.
- **Organizačné hodnoty** - radíme k nej technológiu a mediálne organizačné zručnosti, ktoré ovplyvňujú výber a spracovanie správ a jej finálnu podobu (In: Jiráček, Köpplová, 2007, s. 77-78).

Spravodajské hodnoty majú veľký vplyv na spoločnosť. Pri priebehu niektorých udalostí sú médiá vždy v prvom rade aktuálne prítomné, alebo sa aspoň o to snažia- nazývame to *mediálna udalosť*. Naopak, niektoré udalosti sú médiami nadhodnotené vo svojej podstate, sú sice spravodajsky hodnotné, ale zároveň je jej celkový význam skreslený tzv. *pseudoudalosťou*. Spravodajské hodnoty sa stávajú „*prostriedkom pre cieľavedomé ovplyvňovanie obsahu médií sústavným alebo príležitostným inscenovaním udalostí zo strany všetkých subjektov, keď môžu mať na prítomnosť v médiach záujem*“ (Jiráček, Köpplová, 2007, s. 78).

V súčasnosti na hodnotu novinárskych správ najviac vplyvajú politicko-mocenské sily a obchod. Verejnoprávne médiá podliehajú hlavne mocenským vplyvom, narozdiel od bulvárnych médií, ktoré podliehajú ekonomickému diktátu. Voči vplyvu vládnucej elity a trhu nie je odolný žiaden typ média. To si vyžaduje veľkú flexibilitu a prispôsobivosť pri udržaní sa na trhu, čo je v slovenských podmienkach dosť zložité, kvôli tomu, že mediálny trh je malý (Hocheľová, 2011, s. 78).

3.3 Vplyvy a účinky v spravodajstve televízneho média

Spravodajstvo televízneho vysielania má podľa buď, pozitívny, alebo negatívny vplyv na diváka, čím môže byť ale aj krátkodobý, alebo dlhodobý účinok.

Ľudia podceňujú vzťah voči sebe samým a preto až prehnane zveličujú vplyv masmédií. Preto je snahou masmédií využiť tento vplyv a pôsobia práve na tú časť publika, ktoré to neočakáva. Publikum sa snaží podceňovať masmediálnu manipuláciu, pričom si ale myslí, že je proti tomúto tlaku odolné. Aj keď si recipienti myslia, že sa vedú ubrániť, výsledkom je rast masmediálneho vplyvu na názor jednotlivcov. Tento jav nazývame „*efekt tretej osoby*“, pričom oslabuje našu odolnosť a pozornosť (Ilowiecki, Žantovský, 2008, s.36).

Adam Suchý (2007, s.40-41) tvrdí, že najlepšou teóriou priameho vplyvu je jednoznačne „*teória selektívneho vplyvu. Tá sa snažila brať do úvahy veľké množstvo premenných, ktoré môžu vstupovať medzi mediálny stimul a reakciu jedinca. Teória preto medzi podnetom a reakciou stavia postupne sociálne diferencie a nakoniec sociálne vzťahy*“.

Medzi teórie nepriameho (dlhodobého) vplyvu - účinku patria podľa A. Suchého (2007, s. 40-41) predovšetkým „*proces sociálizácie*. Na jednej strane môžu médiá posilovať a podporovať ostatné prostriedky socializácie.“

D. McQuail udáva dva základné faktory mediálnych účinkov: čas, čo môže byť krátkodobá, alebo dlhodobá zmena a zámernosť, čiže plánované, alebo neplánované účinky.

Medzi krátkodobé účinky ktoré sú plánované patria:

- **individuálna odozva:** reakcia jednotlivca podmienená plánovanou produkciou médií,
- **mediálna kampaň:** organizovanie a plánované pôsobenie médií s cieľom dosiahnúť presvedčivý a informačný účinok,

- **informovanie prostredníctvom správ:** krátkodobý účinok a vplyv pôsobenia spravodajstva.

Medzi plánované dlhodobé účinky patria:

- šírenie pokroku,
- šírenie správ,
- šírenie inovácií,
- distribúcia vedomostí (In: Turan, 2002, s.6).

Neplánované krátkodobé vplyvy:

- **individuálna reakcia:** nečakané reakcie jednotlivcov na určité mediálne obsahy a podnety ako napríklad: napodobňovanie agresívnych činov, životného štýlu, sexuálneho správania atď.,
- **kolektívne reakcie:** nečakané reakcie väčšieho počtu osôb na podnet z médií, ktoré nie sú zorganizované. Napríklad: rôzne fámy, panika, občianske nepokoje.

Neplánované dlhodobé vplyvy:

- **sociálna kontrola:** mnoho autorov tvrdí o tomto pôsobení médií ako o plánovanom, iní ako o neplánovanom, ale ide v podstate o pôsobenie médií na diváka v snahe podporiť určitú autoritu, sociálnu organizáciu, alebo spôsob správania,
- **socializácia:** pôsobenie médií neformálnym spôsobom na socializačný proces,
- **vyznenie udalostí:** pôsobenie médií na publikum počas, kritických a významných udalostí ako su vojny, revolúcie, voľby, aféry,
- **definovanie reality:** ovplyvňovanie vnímania, spoznávania a tvorenia si názoru recipientov na sociálnu realitu,
- **inštitucionálna zmena:** médiá sa snažia donútiť napríklad: organizácie ako sú politické, kultúrne, aby sa prispôbili médiám a používali mediálne kanály,
- **kultúrna zmena:** správanie a systém hodnôt je ovplyvňovaný (In: Turan, 2001, s.6).

Hradiská E. (1998, s.9) konkrétne určuje jednotlivé mediálne účinky:

- **utilitárny účinok:** publikum prijíma a sleduje mediálny obsah, cieľom je riešiť praktické a osobné problémy,
- **prestížny účinok:** recipient sleduje a prijíma mediálny obsah, podporuje priamo alebo nepriamo ciele a hodnoty možným, alebo aktuálnej skupiny recipienta,
- **účinok posilnenia pozície:** recipient sleduje a prijíma mediálny obsah najšť podporu v názore na určité sporné otázky,

- **účinnok uspokojenia poznávacieho záujmu:** recipient sleduje a prijíma mediálny obsah v snahe naplniť poznávaciu túžbu vychádzajúcu z ľudskej podstaty,
- **účinnok emocionálneho uvoľnenia, zábavy a estetického obohatenia.**

Televízne spravodajstvo ovplyvňujú aj ďalšie faktory: jeho charakter, aké zameranie má televízna stanica, financovanie a jeho spôsoby, vybavenie po technickej a technologickej stránke, personálne zaistenie, sieť spravodajcov doma aj v zahraničí, využívanie vymenného spravodajstva medzi medzinárodnými televíznymi organizáciami, taktiež svetových obrazových a tlačových agentúr, kultúrnej tradície a inkluzívne štátnej politickej situácie (Osvaldová a kol., 2005, s. 79).

3.3.1 Faktory vplyvu selekcie správ

Hocheľová (2011, s. 50) tvrdí, že „*novinári sú aktívnymi tvorcami a konštruktérmi mediálnej reality, sú aj deformátormi spoločenskej reality a ideológmi. Novinárska selekcia podlieha mnohým vplyvom – novinárskym aj nenovinárskym*“. Tieto pomenoval už dlhý rad odborníkov nielen vo svete, ale aj u nás. Selekcia sa uskutočňuje na základe určitých hodnôt, ktoré sa uprednostňujú.

Podľa Hocheľovej (2011, s. 49-50) **faktory vplyvu** na novinársku selekciu správ rozdeľujeme nasledovne: novinárska profesionalita - odborná a etická spôsobilosť, talent pri výbere atraktívnych tém a informácii:

- selekcia tém, informácii a udalostí, ktorá vyochádza zo spravodajských hodnôt,
- profesionalita zdrojov – agentúr, politikov, manažmentov, inštitúcií, atď. a ďalej spôsobilosť využívať média vo svoj prospech,
- dostupnosť informačných zdrojov, ochota spolupráce s médiami,
- politické a ideologické inklinácie médií,
- mediálny vlastníci a ich orientácia zisku,
- politické zriadenie štátu – napríklad demokratické spoločnosti majú rozdielne normy ako totalitné spoločnosti,
- mediálny tlak – zo strany elity, inštitúcií a iných, ktoré vládnu,
- ekonomické vplyvy – mediálny trh, trhová ekonomika,
- vplyv technológií,
- spoločensko normatívne kultúrne požiadavky,
- spoločensko dobovo etické požiadavky spoločnosti,
- spoločensko dobovo estetické požiadavky spoločnosti,

- aktivita publika a jej spätná väzba,
- nemediálni aktéry – účastníci udalostí,
- reklama, inzercia a jej vplyv.

Ak hovoríme o ideologickom pôsobení spravodajstva, musíme aj pripomenúť, že spravodajstvo je „sociálna inštitúcia“ a napomáha pritom sociálny dialóg a tým udržiava spoločenskú rovnováhu. Hodnoty v spravodajstve sú nie len vecou novinárskej profesie, ale predstavujú aj isté hodnotové vlastnosti – formy ideológie. K spravodajskej tvorbe patrí rámcovanie udalostí určitým spôsobom, ktoré sa zakotvujú do širšieho interpretačného rámca, čím sa vytvára priestor pre ďalšiu ideologizáciu faktov, preto sa spravodajcovia nevedia odosobniť, vychádzajú z kultúry v ktorej žijú (Hochelová, 2011, s. 51).

4 AGRESIA A AGRESIVITA

Často počujeme slovo agresia, ktoré používame v bežnej komunikácii. V odbornej literatúre sa používa viacero významov, ktoré súvisia s agresívnym správaním. Patria medzi ne: agresia, agresivita a hostilita.

4.1 Vymedzenie pojmov agresia a agresivita

O agresii hovoríme, keď niekto niekomu chce naschvál, úmyselne poškodiť. Pri tom nie je dôležité, či skutočne k ublíženiu došlo, alebo dôjde, ale či je hlavne výsledkom cieľavedomého, zámerného správania. Musí ísť hlavne o ublíženie, zámerne vykonané, ktoré bolo spôsobené správaním nejakej inej osoby (Lováš, 2010, str. 12).

Definovať agresiu podľa Berkowitza ako úmyselné ublíženie však nestačí, lebo v určitých prípadoch spôsobuje jedna osoba inej osobe napríklad bolesť, čo môže byť aj poskytovanie pomoci, ktorá je súčasťou, alebo pri sledovaní iných pozitívnych cieľov. Týka sa to pri výchovných procedúrach alebo lekárskeho zákroku. Preto je nutné agresiu definovať presnejšie aj podľa iných znakov. Pozornosť sa musí venovať viacerým okolnostiam. Tu musíme vyzdvihnúť, že *„agresívne správanie je vykonávané s úmyslom a presvedčením ublížiť a že pri tom spravidla dochádza k porušeniu sociálnych noriem“* (In: Lováš, 2010, str.12).

Agresia je podľa Bussa určitou jednotkou správania, ktorá reaguje na podnet a ktorú môžeme charakterizovať určitými vlastnosťami, ako je útočnosť, násilnosť, deštrukcia (In: Káriková, Šimegová, 2008, s. 13).

Učastníci násilia sa spravidla delia na iniciátorov – agresorov násilia a ich obeť. Pri vzniku a vývoji agresie sú dôležité osobnostné charakteristiky agresorov a obetí násilia, členov skupín v ktorej je páchané násilie.

Psychoanalytik Friedrich Hacker definuje agresiu ako: *„človeku vrodenuú dispozíciu a energiu, ktorá sa navonok prejavuje na začiatku len zvýšenou aktivitou, neskôr potom už ale hlavne najrôznejšími individuálnymi, alebo i kolektívnymi, sociálne prijímanými a sociálne uplatňovanými formami sebaotvrdzovania, ktoré sa ďalej stupňujú až k vyloženej krutosti a hrubému násiliu“* (In: Dahlke, 2005, s. 37).

Pri agresii ide aj o tlmenie pudov libida a pudov agresie samotnej. Hollitscher (1975) tvrdí, že že mnoho ľudí odrádza pri agresii od pôvodného cieľa a uspokojuje ich

na spoločensko prístupných predmetoch, je preto úzko ohraničená. Agresiu a jej problematiku ale zatiaľ neopisuje jej slovné označenie. „*agresia je len obyčajné cudzie slovo, ktoré neopisuje žiadnu prežitkovo-citovú kvalitu či vzťah, impulz, motiváciu, postoj alebo jednanie*“ Najlepšia definícia pre význam agresie by bolo možné charakterizovať na základe asociovaných emócií spoločného menovateľa a majú motivačný a signálny charakter. Jej typickou charakteristikou sú city a potreby prejavu a taktiež afektívnej medziľudskej komunikácie. Afekty pripravujú k telesnej a duševnej akcii človeka a radia sa k psychosomatickým fenoménom. Ak by boli tieto symptómy psychického obsahu potlačené, tak následne sa ohlási telesná zložka, ktorá ma zosilujúci jednací charakter. Takto sa ale vzdialujeme od prevládajúceho násillia, ktorého predstavy sú nahromadenie v aktívnej agresívnej energii. Preto sa pýtame, čo sa môže stať s takto neprejavenu, nahromadenou a nesublimovanou agresiou, pri ktorej môže dôjsť vo veľa prípadoch až k psychosomatickým a neurotickým symptómom? Len jednou zmenou prežívania celáj situácie sa môže okamžite celá vnútorná tendencia zmeniť na násillné správanie (Poněšický, 2004, s. 98-99).

Pod deštruktívnym správaním, ktoré smeruje k fyzickému, slovnému alebo útoku pomocou gest a je smerované voči inému jedincovi rozumieme agresia. Cieľom agresie je zavražďovať, zmocniť sa nejakého objektu, alebo ho odstrániť a pritom si zaistiť sám sebe vlastné výhody. Agresia nás sprevádza po celý život a slabosť pre surové jednanie je jedna zo základných ľudských vlastností, ktoré nás vzrušujú. Agresiu považujeme aj ako hnaciu silu ľudského konania (Spurný, 1996, s. 17).

Kolář (2005, s. 67) uvádza: „*agresori bývajú starší, fyzicky vyspelejší jedinci, alebo skupina disponujúca veľkou prevahou, často pochádzajúca z prostredia, kde je agresia prostriedkom jednania. K obeti býva bezohľadný a mnoho krát ju považuje za menej cennú. Základným zdrojom morálnej slepoty agresorov je jej sebeckosť a egocentrizmus. Títo „siláci“ sa považujú za stred sveta a z tohto titulu sa upravujú mravné normy podľa svojich potrieb. Úcta k človeku im je cudzia a porozumieť utrpeniu a bolesti blížneho je nad ich možnosti. Používajú ľudí ako vec, ktorú možno využiť. Svedomie sa neozýva.*“

„**Agresivita** je relatívne trvalá dispozícia či vlastnosť osobnosti správať sa agresívne. Je podmienená vrodenými, biologickými faktormi (konštitúcia, temperament, biochemické faktory v CNS) a učením (sociálne, najmä imitačné učenie). Ide o inter – individuálne odlišnú premennú čo do kvantity (intenzity, frekvencie agresívnych prejavov) i kvality (typické formy prejavu „kanalizovania“ agresivity)“ (Kariková, Šimegová, 2008, s. 18).

Podľa Ondruškovej (2006, s. 79) sa agresivita označuje ako agresívny čin. Tvrdí, že ide o: „*relatívne pretrvávajúcu pohotovosť, alebo predispozíciu jedinca konať agresívne v rôznych typoch situácii. Používa sa skôr na označenie istej charakteristiky osobnosti*“.

Každé zámerné správanie podľa Jenö (1982, s. 82), ktorého motívom je spôsobiť niekomu škodu, bolesť a krivdu sa nazýva agresivita. Zámer ublížiťovať niekomu úmyselne nepatrí k vlastnému činu, ale ho len sprevádza, dá sa napriek tomu rozpoznať len veľmi ťažko.

Ondrušková (2006, s. 74) ďalej uvádza, že agresivita nie je každé správanie, ktoré by uškodilo, často je možné poškodiť a bez úmyslu ublížiť. Či je agresívne správanie správne, na rozoznanie používame viac znakov podľa Lováša:

- poškodzuje inú osobu,
- je zámerné,
- porušuje situačne relevantné normy,
- nie je motivované snahou pomôcť danej osobe, ani inými prosociálnymi úmyslami.

Agresia môže mať rôzne podoby:

- *fyzické poškodenie inej osoby* (bolesť, zranenie),
- *psychologické zranenie inej osoby* (ponižovanie, zosmiešňovanie, zastrasovanie, urážanie, vydieranie),
- *poškodenie majetku inej osoby* (In: Ondrušková, 2006, s. 74).

Agresívne správanie môže byť charakterizované aj ako: „*správanie, v rámci ktorého sa jednotliviec presadzuje na úkor druhého. Neberie do úvahy jeho práva, má sklony ponižovať, urážať a znevažovať druhého. V sociálnych vzťahoch neustále bojuje, manipuluje a rád rozkazuje druhým*“ (Tholtová a kol., 2000. s. 3).

Nekonečný (2000, s.150) tvrdí, že podnetom pre agresívne správanie je frustrácia. Pôvodná fyzická agresia je trestaná, takže pri strate kontroly sa prejavuje rôznymi formami napadania-slovné, alebo iné, vyhrážkami, kritizovaním, ohováraním, ironiku a podobnými spôsobmi.

4.1.1 Asertivita, hostilita, konflikt incident

Podľa Lováša (2010, s. 16.) sa pri uvedenom chápaní agresivity dosť často stretávame s vnímaním agresivity ako útočnosti, hlavne v oblasti športu, kde ako

ofenzívny prístup je napadanie súpera bez úmyslu mu ublížiť alebo ho zraniť a je veľmi vyzdvihovaná a cenená. V tomto prípade sa termín agresivita zamieňa s **asertivitou**, ktorou označujeme sebakpresadzovanie v dosahovaní vlastných cieľov, alebo pri získavaní sociálnej dominancie, pri kontrole správania a názormi iných.

Podľa Berkowitza (1993) pri rovnakých súvislostiach agresie alebo agresivity sa používa termín **hostilita**. Aj pri ich evidentnej podobnosti môžeme agresiu, agresivitu a hostilitu významovo odlišiť. Agresia a agresivita je viazaná na konkrétne ublíženie a ubližovanie, pričom hostilita je len všeobecným negatívnym postojom zameraným voči ľuďom a prejavuje sa tým, že jednotlivec neobľubuje inú osobu, negatívne sa vyjadruje, praje im len zle. Hostilitu spájajú s agresiou ako s jej príčinou alebo jej ju pridelujú. Nie vždy to tak je, lebo agresívne správanie sa nemusí prejavíť hostilitou, ako aj jej príčinou môže byť niečo iné, nie hostilita. Tendenciou ubližovania sa hostilita a agresivita odlišujú, pričom kritériom tu už je ubližovanie. Hostilita vystupuje v pozadí agresivity, ale nemusí prejsť až do tendencie ubližovať konkrétnym správaním, tak ako je to u agresivity (In: Lováš, 2010, s.17).

Mlčoch tiež ďalej udáva, že „*medzi ďalší nepriateľský, agresívny postoj voči sebe, alebo inej osobe, ktorý je vyvolávaný žiarlivosťou, závisťou, alebo duševnou chorobou nazývame **hostilita***“ (online, cit. 2015-12-15).

S agresiou ako interakciou, sa ďalej používa podobný pojem **konflikt**, ktorý je blízky agresii. Konflikt sa definuje „*ako nekompatibilita cieľov, hodnôt a potrieb, prípadne záujmov, postojov.*“ Konfliktom sa nedá nazvať rozdielnosť názorov dvoch a viacerých ľudí. Ako podstata sa považuje negatívny náboj konfliktu a jeho subjektívna povaha, ktorá s tým súvisí.

Podobné označenie pre konflikt sa používa pojem **incident**. Kategóriu interakcii tvoria incidenty, ktoré na účastníkoch zanechávajú negatívne dôsledky, alebo pôsobia negatívne. Do vzájomných vzťahov je vnášané nastie a nezhody, pričom nedochádza k vážnym zraneniam a poškodeniam (Lováš, 2010, s.17).

4.2 Pozitívna a negatívna agresia

Agresiu môžeme chápať aj ako fyzickú a psychickú energiu, ktorá, keď je správne pochopená a zvládnutá, môže byť aj často pozitívne využitá. Môže byť ale aj deštruktívna, hlavne vtedy, ak nebola zistená príčina jej vzniku, alebo dôsledky jej konania vopred neodhadneme (Petranová, 2013, s. 9).

Preto „*agresia potom môže byť chápaná ako násilné narušenie práv iného človeka, jako ofenzívne konanie alebo procedúra, ale tiež ako asertívne konanie*“ (Čermák, 1998, s. 9).

Za agresiou sa môže skrývať rôzne psychologické pozadie a príčiny. Vzhľadom k sociálnym prognózam závažnosti daného správania rozlišujeme agresiu na afektívnu, inštrumentálnu a tyranizovanie.

Afektívna agresia je označovaná ako zlostná, expresívna, impulzívna, emociálna. Jej typické znaky sú jej reaktívny charakter, ktoré súvisia so zlosťou a hostilitou. Agresívny jedinec, ktorý sa správa afektívne reaguje len na určitý podnet, vyvolávajúci silný emocionálny stav- najčastejšie zlosť a reaguje impulzívne- fyzicky, alebo verbálne. Nebýva naplánovaná, dôvodom je ublížiť, zraniť osoby, albo zničiť nejakú vec.

Inštrumentálna agresia sa radí ako vedľajší produkt na dosiahnutie neagresívnych cieľov. Človek, ktorý je inštrumentálne agresívny nekoná vždy pod vplyvom zloby a jeho správanie nie je vyprovokované obeťou, tak ako to je pri afektívnej agresii.

Treba spomenúť, že k novým predmetom skúmania agresie sa radí **tyranizovanie**, nazývané aj *šikanovanie*. Tyranizovanie môžeme charakterizovať aj ako ustavičné ubližovanie, napádanie v istom časovom období. Jedným z typických znakov je nerovnosť moci a sila tyrana na vybranej obeti. Táto nerovnosť, ktorá môže byť finančná, pozičná a hlavne fyzická zapríčiňuje obeti, že sa nemôže opakovanému napádaniu neustále ubrániť. Tyranizovanie je považované za proaktívnu agresiu a jej príčinou nebýva sprevádzané zlosťou. Dôvodom tyranizovania je presadenie si nad inými jedinými kontrolu a hlavne domináciu (Ondrušková, 2006, s. 75-76).

„Efektívne využívanie agresivity v medziach normy pod vlastnou kontrolou, pomáha človeku zvládať mnohé situácie a dosahovať stanovené ciele. Najčastejšie ide o športové výkony, súťaženie, dosahovanie dobrých vzdelávacích výkonov, efektívne sebahpresadzovanie, úspešná kariéra a pod. Teda zdravé využívanie agresívnej energie môže viesť k dosahovaniu mnohých cieľov a k sebarealizácii v sociálnom prostredí. Ak agresivita má charakter útočného správania sa voči niečomu alebo niekomu s cieľom deštrukcie alebo ublíženia, ide o nežiadúce správanie. Niekedy prejav agresie u ľudí môže byť len situáciou vyvolané správanie, čiže nemá trvalý charakter. Ak však ide o zaužívaný spôsob reagovania na vonkajšie podnety, hovoríme o trvalej dispozícii agresívneho správania“ (Zodpovedne, online, cit. 2015-12-15).

Agresia je podľa Kopčanovej (2004) prirodzené vyprovokovanie, aby mohli mladí ľudia zaujať, upútať pozornosť svojho okolia, vyniknúť, mať svoj jasný cieľ a tvrdo (agresívne) si za ním ísť. Ako sa môže prejavovať ľudská agresivita v praxi uvádza taktiež Kopčanová (2004, s. 6 -8), pričom rozoznáva štyri stupne:

- *maskovanie agresivity – navonok sa neprejavuje, správanie je zvládnuté, všimneme si červenanie sa, zblednutie, zatínanie zubov pod.,*
- *slovné nadávanie, kliatie ,*
- *deštrukcia a rozbíjanie predmetov,*
- *fyzické násilie (zabitie).*

Pravda je, že správanie agresívneho jedinca podľa Faltina (1972, s. 17) ovplyvňujú: *„nielen vonkajšie, ale aj vnútorné činitele – potreby, záujmy, city, temperament, typ, charakter, schopnosť adaptácie a adjustácie, životné skúsenosti, potreba aktivity jedinca v sociálnej formálnej, alebo neformálnej skupine, potreba účasti na živote v rodine, v škole, v skupine normálnych rovesníkov (pod pojmom normálnych myslíme z aspektu sociálneho), potreba identifikácie so skupinou, uznania v nej atď. Ak sa potreby jedinca neuspokojujú, napríklad v rodine, vznikajú frustračné situácie“.*

„Následky agresie sa líšia podľa osobnosti obeť, agresora a podľa okolností. Všetky, alebo skoro všetky obeť cítia hanblivosť a vinu, iné zachádzajú tak ďaleko, že sa s agresorom stotožnia. Väčšina napadnutých zažije fázu akútneho stresu ihneď po napadnutí. Posttraumatické príznaky sa môžu objaviť až po týždňoch, alebo mesiacoch“ (Bourcet, Gravillonová, 2006, s. 33).

5 NÁSILIE

Násilie môže mať rôzne podoby, pričom sú to rôzne formy agresie a to priamej, alebo nepriamej, kde do popredia vstupujú dve zúčastnené osoby. Najčastejšie hovoríme o kriminálnom čine.

5.1 Definícia a formy násilia

Násilie možno definovať „*iba mikroskopickým popisom násilia bez redukcie na jeho príčiny*“. Dôležitým kľúčom k násiliu je jeho výskum a spoznanie jednotlivých foriem. Ak k tomu zodpovedne nepristúpime, násilie zostane pre nás iba abstrakciou, výsledkom, ktorej sú jej podmienky v ktorej vznikajú a to v korelácii sociálnej, ekonomickej a kultúrnej. Fenoménom násilia a jej celým jadrom je to, čo prináša jednotlivcovi násilie, čo dáva do pohybu v spoločnosti, situačné konania na základe osobitnej logiky v čase keď sa prejavujú emócie, skúsenosti a nepredvídateľnosť, ktorá je praktická (Halásová, 2006, s. 14).

Podľa Ondrejkooviča a kol. (2000, s. 72) možno násilie charakterizovať: „násilie znamená najčastejšie označenie jednorázového fyzického aktu, respektive postupu, pri ktorom človek, spôsobuje ujmu druhému človeku. Iná charakteristika násilia hovorí o akýchkoľvek aktoch vrátane zanedbávania, ktoré ovplyvňujú život, fyzickú a psychickú integritu alebo slobodu jednotlivca, alebo poškodzujú rozvoj osobnosti.“

„*Ralph Tanner cituje definíciu násilia v Anglickom oxfordskom slovníku takto: "d'aleko za hranicou (spôsobovania) bolesti a prelievanie krvi". Argumentuje tým, že hoci násilie jasne obsahuje zranenie ľudí či násilné zmeny vlastníctva, taktiež zahŕňa násilné zasahovanie do osobnej slobody, prudké či vášnivé chovanie či slovné vyjadrovanie, túžbu (vášeň či zanietenie) a zúrivosť*" (Wikipédia, online, cit. 2015-10-06).

Lováš (2010, s. 107) poukazuje, že z hľadiska všetkých obetí je dôležité rozlišovať násilia páchané voči deťom a násilia voči dospelými, nie ale z pohľadu vzťahu rodič-dieťa, ale hlavne z hľadiska veku.

Násilie má aktívne a pasívne formy prejavu a preto podľa Lováša (2010, s. 107-108) je aktívne násilie „*súhrnné označenie zneužívania a trápenia vo fyzickom, psychologickom alebo sexuálnom kontexte, pričom konkrétne aktivity sú nesmerované voči obeti s cieľom jej ublížiť, je obvykle sýtené hnevom voči obeti. Pasívne násilie má*

podobu zanedbávania v tých istých kontextoch. Zanedbávanie je násilím len v prenesenom zmysle slova, ale môže byť aj príčinou fyzického, ale aj psychologického zranenia.“ Formy násila a jej charakteristika je z hľadiska praxe a štatistických údajov veľmi dôležitou otázkou. Treba upresniť, čo nie je ako zlé zaobchádzanie a spresniť normatívny pohľad na jednotlivé formy správania sa ľudí voči sebe (Lováš, 2010, s. 108).

Brown a Herbert uvádzajú päť druhov týrania, zneužívania a dva druhy zanedbávania foriem násila. Medzi týranie a zneužívanie sa radi:

- fyzické týranie,
- sexuálne týranie,
- psychologické (mentálne),
- emocionálne týranie,
- materiálne (ekonomické) týranie.

Medzi zanedbávanie sa radi:

- úmyslné zanedbávanie,
- neuvädomené zanedbávanie (In: Lováš, 2010, s. 108).

Podľa Poněšického (2004, s. 101) je diskutabilné či sú všetky alebo rôzne formy interpersonálneho násilia redukovateľné, napr. na zabitie, na telesný trest a jej hrozby, na utrpenie končiace až smrťou, ktorá je neodlučiteľnou zložkou a podmienkou násilia. U páchatel'a by sa prinajmenšom nevädomo prejavila fantázia, hrozba, predstava násilného ničenia – aspoň niekoho: názoru sebavedomia, citovosti, odporu, čo by mohlo znamenať sociálnu a psychickú smrť.

Okrem individuálnych dispozícií na strane obeť ide

Ondrejkovič a kol. (2000, s.77) sa ešte zmieňuje v súvislosti s násilím o: „fenoméne kompenzácie násila s násilím. Ide o predstavu, podľa ktorej niektoré obeť násila môžu získať opätovne sami seba, ak budú sami konať násile. Vzniká tak idea akéhosi „oslobodzovacieho násila“, ako pokus o znovuzískanie miesta pod slnkom“.

5.2 Násilie ako kriminálny čin

Násilie je radené ako trestný a kriminálny čin, môže sa začať prejavovať už v detskom veku. Ovplyvňuje ho mnoho kriminogénnych aspektov, ktoré delíme podľa Prikryla (2006, s.73) na vnútorné a vonkajšie. Nepôsobia osobitne, ale vždy sú vzájomne prepojené.

Vnútorne (endogénne) kriminogénne faktory sú:

- dedičnosť,
- príslušnosť k pohlaviu,
- inteligenčný kvocient,
- osobné vrodené dispozície a iné.

Vonkajšie (exogénne) kriminogénne faktory sú najmä:

- negatívny vplyv rodiny,
- dieťa sa stáva obeťou domáceho násillia,
- problémy v škole a školskom prostredí,
- závislosť od návykových látok,
- nevhodné trávenie a využívanie voľného času,
- negatívny vplyv masmédií,
- nízke právne vedomie mladistvých a iné.

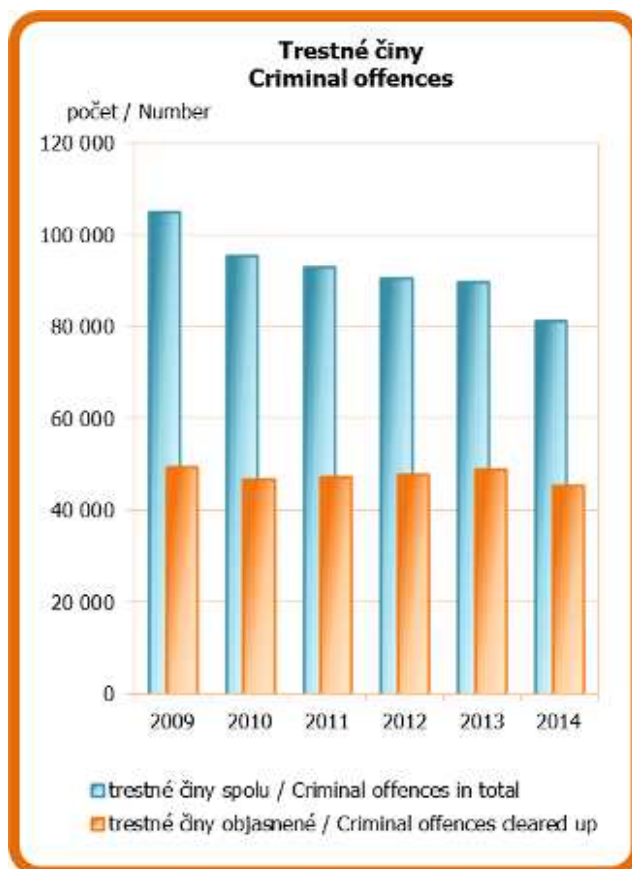
Jednotlivé akty násillia sú podľa Schumanna (1994) predmetom kriminologických výskumov, na rozdiel od kolektívneho násillia, ktoré nemožno rozdeľovať na jedinu „menu“ s ktorou pracuje pozitívne kriminológia. Preto sú názory, kde sa považujú kolektívne akty násillia za hrozbu vedeckej integrity kriminológie ako vedy (In: Ondrejkoč, 2000, s. 81).

Násillna kriminalita sa radi k všeobecnej kriminalite, ale je to skupina závažných trestných činov. Už od svojich počiatkov sa kriminológia zaoberá problematike násillia a jej vážnejším formám. V spoločnosti je násillná kriminalita rozložená nerovnomerne, závisí to od sociálnych a demografických charakteristík páchatel'ov, od ich veku, pohlavia, kde žijú – na dedine, alebo v meste. Taktiež aj od toho aký ekonomický, sociálny a vzdelanostný status dosahujú. Násillna kriminalita z kriminalistického pohľadu je teda skupina trestných činov, pri ktorej je použité násillie – psychické alebo fyzické. Páchatel' ako prostriedok používa násillie, ktorý je predmetom útoku na ľudské telo, alebo používa iný násillnícky prostriedok, kde môže páchatel' spôsobiť obeť úmyselné ublíženie na zdraví, živote alebo ju svojím správaním ohrozovať (Halásová, 2006, s. 10-11).

Štatistický úrad Slovenskej republiky vyhodnotil objasnenú kriminalitu a násillie v Slovenskej republike podľa pohlavia za rok 2014 následovne: *„Medzi páchatel'mi trestných činov výrazne prevládajú muži, a to vo všetkých hlavných druhoch trestnej činnosti, s výnimkou trestného činu ohrozovania mravnej výchovy mládeže, kde je podiel žien oproti mužom takmer o polovicu vyšší. Podiel žien na trestnej činnosti v SR*

sa v roku 2014 oproti predchádzajúcemu roku mierne znížil, o 0,1 percentuálneho bodu, na 15 %. Dominantný podiel mužov sa prejavil v prípade trestných činov, ako sú znásilnenie, úmyselné ublíženie na zdraví, týranie blízkej a zverenej osoby, nebezpečné vyhrážanie a pod.“ (online, cit. 2015-10-15).

Graf 1: Objasnené trestné činy a trestné činy spolu do roku 2014 v SR



Zdroj: Ministerstvo vnútra SR a Ministerstvo spravodlivosti SR, online, cit. 2015- 10-15

5.3 Násilie na televíznej obrazovke

Obľúbenou témou výskumov podľa Hlinkovej (2007, s. 93) je televízne násilie, ktoré odhaľuje negatívne a dlhodobé pôsobenie televízie na publikum. Zistilo sa, že chlapci vo veku 8 rokov sledovali násilné programy, alebo podobnou tematikou mali ako 18-roční často násilnícke sklony a v 30 rokoch mávajú za sebou omnoho viac trestných činov ako tí, ktorí v detskom veku násilné programy nesledovali. Je diskutabilné, či príčiny a následky nie sú opačné. Vyhľadávajú chlapci u ktorých sa prejavujú tieto sklony televízne násilie prirodzene? Potom by sme mohli povedať, že

televízia by mala slúžiť pri ventilovaní násilníckych prejavov a tým by sa mohli násilníci vyzúriť pred televíznou obrazovkou a nemuseli by sa ukazovať v reálnom svete. Publikum je samo o sebe presvedčené, že negatívne pôsobenie nevlýva priamo na nich, ale na iných a tento poznatok nazývame aj ako „efekt tretej osoby“. Ďalšie výskumy skúmajú ako sa televízia snaží ľudí kultivovať. Na základe obsahových analýz sa zistilo, že vyššia prezentácia násilia je v televízií ako v skutočnom živote. Sledovanie násilia ovplyvňuje k tomu, že televízne publikum vidí svet nebezpečnejší ako je v skutočnosti.

V roku 1994 sa obrátili na český parlament poprední český spisovateľ a umelci s touto petíciou:

„České děti této doby vidí více stříkající krve jako voják v první linii. Poznává více rafinovaných způsobů mučení jako zkušený gangster. Lidé, kteří mu zomreli před očima, by naplnili obrovský masový hrob. Masmédia mu běžně ponúkajú pohľad na rozdrvené kosti a vyhorené vnútornosti. Ukazujú mu bolesť bez súcitu a smrť bez ľútosti. Sadistické ničenie živého tela je mu často predvádzané ako užitočná zručnosť.

Dopúšťame, aby naše deti citovo aj rozumovo zreli v kultúre, v ktorej je utrpenie zľahčované a násilie oslavované. Tento vplyv nezostane bez následkov. To dokladá rada štatistík a závažných vedeckých prác, ale stačí použiť zdravý rozum. Všetky kultúrne vzory aj tie najhoršie z nich – zavádzajú k napodobovaniu a deti sú voči nim najbezbrannejšie. Kriminalita našej mládeže stále rastie. Máme dôvodné podozrenie, že propaganda surovosti, ktorá zaplavila médiá a trhy, sa na tom veľkou mierou podieľa.

Sme spolutvorcami kultúry tejto zeme a vieme, že my nesieme zodpovednosť za ich prítomnosť aj budúcnosť. Keby sme neverili v možnosť umenia ovplyvniť cítenie ľudí, naša práca by stratila zmysel. Preto zdvíhame svoj hlas proti nebezpečeniu, jeho silu už dnes poznáme.

Žiadame Parlament Českej republiky o legislatívnu úpravu tejto problematiky.

Nech je:

- 1. Zakázané predávať a požičiavať deťom a mládeži akékoľvek nosiče informácií, ktoré ohrozujú ich zdravý vývoj,*
- 2. Účinným spôsobom regulované verejne predvádzanie brutality, hlavne v televízii a v kinách.“*

Túto petíciu podpořilo vtedy vyše stotisíc občanov a privítal ju aj prezident ČR, aj keď poslanci v tejto veci neurobili veľa. Česká televízia sa nad tým zamyslela a trochu „přibrzdila“ (Říčan, Pithartová, 1995, s. 22-24).

6 PÔSOBENIE TELEVÍZNÉHO SPRAVODAJSTVA NA PUBLIKUM

6.1 Negativizmus v televíznom spravodajstve

Negativizmus a drastičnosť je v médiách najžiadanejší rys z obchodného hľadiska. Negatívne informácie sa predávajú najrýchlejšie, „čo krváca, to prebúdza záujem“. Prieskumy dokazujú, že najväčší záujem o prejav zla, agresivity, násilia, sexu majú najviac záujem priemerní záujemci. Takto reagujú ľudia z pohľadu sociálnej psychológie. Preto je omnoho ťažšie prezentovať správy o „existencií dobra“. Opakované prezentovanie drastičnosti a negativizmu, ktoré je na prvom mieste v správach, automaticky vytvára správe zvláštne vlastnosti. Publikum, ktoré je pomaly presvedčené a si myslí, že najdôležitejšie správy sú práve tie drastické, ktoré propagujú nešťastie, nehody, zločinnosť, násilie a agresivitu. Možno by sme si priali na poprednom mieste iné správy v spravodajstve, ale práve tie negatívne majú väčší význam a vidíme svet taký, ako ho vysielajú v televízií.

Na druhej strane existuje dobro, ktoré sa propaguje iným rôznorodým spôsobom a masmédiá zvlášť a to, že falšujú realitu. Je už vedecky dokázané aká veľká závislosť publika je medzi násilím a k sklonom násilnosti vysielane v spravodajstve televízneho vysielania. To znamená, že tvorba negatívnej informačnej správy jednoznačne porušuje normy, životné a mravné hodnoty. Životná realita z pohľadu publika, ktoré práma to vníma ako stále porušovanie poriadku (Ilowiecki, Žantovský, 2008, s.74-75).

V spravodajských programoch sa prezentuje reálne násilie, ktoré tvorí samostatnú kategóriu mediálneho násilia. Obsahom takýchto správ sú vojny, výbuchy bômb, dopravné nehody, teroristické akcie a ich následky, ale aj súboje protihráčov v športových zápasoch. Bulvárne médiá zobrazujú hlavne násilné činy a tragické udalosti naturalisticky a umiestňujú ich na začiatok. Skúsenosť divákov napovedá, že správy sú rozdelené podľa dôležitosti, takže tie najdôležitejšie sú odvysielané na začiatku. Násilie a jeho následky, ktoré je zachytené v spravodajstve, nazývané aj reálne násilie o ktorom sa diskutuje najmä z hľadiska miery vkusu, únosnosti a prijateľnosti. Veľký odpor vzbudzuje detailné zobrazenie násilia, napríklad zobrazovanie mŕtvych, zohavené telá v televízii a aj na fotografiách. „Zákaz zachytávať detaily tiel, najmä ak by to malo viesť k identifikácii mŕtvého, je súčasťou etických

kódexov množstva redakcií a profesijných organizácii na celom svete“ (Petranová, 2013, s. 43-45).

Väčšina televíznych staníc pred odvysielaním násilných reportáží varujú a zároveň sa chránia slovami: „Upozorňujeme divákov, že nasledujúce zábery nie sú vhodné pre deti a citlivé povahy“. Internetový portál medialne.trend.sk uviedol príspevok čitateľa Jozefa Filka (2004) na tému: *Je brutalita na obrazovkách nevyhnutnosťou?*:

„Zámerné som sa rozhodol pre slovo brutalita namiesto násilie, pretože slovo brutalita považujem za označenie extrémneho násilia (synonymami sú tiež surový, zverský, neľudský, otravný, krutý, neznesiteľný). Téma násilia na obrazovke je určite tak stará ako televízia sama, alebo prinajmenšom ako televízne spravodajstvo. Mňa v poslednej dobe zaujala práve brutalita v televíznych správach.

Dnes úplne bežne sledujeme každý večer násilie v spravodajstve a väčšinu ľudí to nijako neprekvapuje ani neznepekokuje. Ani ja násilie na obrazovke nechcem potláčať, má svoj zmysel. Ale predsa len mám pocit, že sú okamihy kedy tieto drastické zábery prekračujú hranice morálky - máme možnosť napríklad vidieť haváriu dvoch motocyklistov do posledného detailu, vidíme ako záchranári odnášajú časti ľudských tiel, znetvorených mŕtvol alebo vyťahujú na breh utopencov v posmrtnom krči. A to všetko do posledného detailu. Vidíme rodiny mŕtvych a sledujeme aj ich utrpenie, väčšina ľudí sa prirodzene vcíti na okamih do ich bolesti. Ba niekto na to nemôže zabudnúť dlhšie. Tu mi príde na um otázka: „prečo to vlastne robia?“, alebo: „prečo sa vlastne takéto zábery vysielajú?“

Je síce pravda, že pred každou podobnou reportážou počujeme z úst moderátora slová: „nasledujúce zábery nie sú vhodné pre deti a citlivých divákov“ ale ruku na srdce, koho táto veta nepritiahne k obrazovke? Mnohú diváci utekajú k televízoru, len aby videli práve túto reportáž. Utekáme z kuchyne s riadom v rukách, položíme knihu alebo na chvíľu prerušíme prácu pri počítači, len aby nám to „dôležité“ neušlo. A spravodajci z televízie zabijú dve muchy jednou ranou. Na jednej strane upozornia diváka, že bude nasledovať niečo nepríjemné a teda prenesú zodpovednosť za prípadné psychické následky na divákov, na druhú stranu si veľmi dobre uvedomujú, že tým zvýšia svoju sledovanosť.

Práve sledovanosť je tým najdôležitejším faktorom pri predaji reklamného času. Aj vysvetlení majú hneď niekoľko, napríklad: „len zobrazujú skutočné dianie vo svete.“ Alebo: „štatistiky dokazujú, že vodiči, ktorý takéto zábery uvidia sú ostražitejší pri jazde.“ Otázne však je, ako to vplýva na psychiku človeka a vôbec ako to vplýva na

psychiku detí. Ved' len uvážme, koľko detí sleduje televíziu po 19.h. Nepoznám riešenie. Isteže, zakazovať niečo vysielat' by asi nebolo najmúdrejšie. Najjednoduchšie je prepnúť na iný kanál. Avšak najlepšie čo ma napadlo bolo, keď som podobné zábery videl s priateľmi a niekto z nich to okomentoval úplne jednoducho. Povedal len: „brutus!“ Neskôr som si v latinskom slovníku nalistoval výklad tohto už slangového výrazu. A našiel som tam: „ťažký, ťažkopádny, nechápavý, hlúpy.“ A to je to jediné, čo si myslím o ľuďoch, ktorý takéto zábery bez váhania zverejnia len pre sledovanosť“ (online, cit. 2016-03-06).

Petranová (2013, s. 48) sa zamýšľa nad otázkou hranice, ktorú by televízie **nemali prekračovať v súvislosti s reálnym násilím a odvysielaním jeho dôsledkov**. Zákon o vysielaní a retransmisii hovorí jasne. Zakazuje „bezdôvodne zobrazovať scény reálneho násillia, kde sa nenáležitou formou zdôrazňuje skutočný priebeh umierania alebo sa zobrazujú osoby vystavované fyzickému či psychickému utrpeniu spôsobom, ktorý sa považuje za neoprávnený zásah do ľudskej dôstojnosti. Platí to aj vtedy, ak dotknuté osoby s takým zobrazením nesúhlasili. Ďalšie doplňujúce ustanovenia týkajúce sa ľudskej dôstojnosti a jej zachovania obsahuje ústava aj medzinárodné dokumenty.

K hraniciam zobrazovania násillia a jeho dôsledkov sa v roku 2005 vyjadrili spravodajskí šefredaktorovia slovenských televízií a vyjadrenia boli zverejnené na internetovom portáli sme.sk (2005) následovne:

Ivan Janda, STV (za verejnoprávnu televíziu): „Prakticky nikdy neuvěřujeme detailné zábery na tváre alebo telá obetí, zachovávame maximálnu mieru anonymity a ľudskej dôstojnosti obetí, uprednosňujeme tzv. širšie zábery. Ak máme k dispozícii len zábery prasaňujúce naše hranice, používame ich len rozostrením.“

Peter Celec, TA3 (za komerčnú spravodajsku televíziu): *Dávame veľký dôraz na to, aby sme zachovali dôstojnosť človeka aj po jeho smrti. Pamätáme aj na príbuzných a blízkych pozostalých a tiež na to, aby sa z nášho vysielania nestala čierna kronika. Existujú aj medzinárodné uznávané kritéria, ktoré dodržiavame. Napríklad Ženevská konvencia – ktorá hovorí o tom, ako môžu média informovať napríklad o spôsobe zaobchádzania s vojenskými zajatcami a podobne.“*

Peter Višvader, Markíza (za komerčnú televíziu): *Vždy sme v takýchto prípadoch konfrontovaní na jednej strane so zákonom o retransmisii a na druhej strane s ambíciou komerčného spravodajstva priblížiť udalosť čo najvernejšie a s istým náskokom pred konkurenciou.“*

Roland Kubina, JOJ (za komerčnú televíziu): Zákon a divák stanovuje hranice „ ktorého reakcie na naše reportáže vďaka peplemetrom sekundu po sekunde sledujeme“ (In: Petranová, 2013, s. 48-49).

Ako Petranová (2013, s. 49).tvrdí, tu si treba povšimnúť, že spravodajskí šéfredaktori verejnoprávnej televízie dávali dôraz na anonymitu a ľudskú dôstojnosť, narozdiel od šéfredaktorov komerčných televízií, ktorí mali hlavne na pamäti konkurečný súboj a výšku sledovanosti.

6.2 Manipulácia

Spravodajstvo a jeho spätosť s rozličnými predstavami, hodnotami a ideami je ako popretie správ, pri ktorých sa požaduje neutrálnosť a objektivnosť. Kvôli zvýšeniu atraktívnosti spravodajstva novinári často správy bulvarizujú, spravodajské príbehy sú vykonštruované, pričom popierajú zásady profesionálneho spravodajstva. Tie však môžu hraničiť s určitou ideológiou a manipuláciou. „*Spravodajstvo podsúva rôzne názory, postoje, hodnotenia a subjektívne myšlienky menej explicitne ako publicistika. Ani pri najlepšej vôli zo strany novinárov nie je možné zbaviť spravodajstvo istého ideologického nánosu. Správy umožňujú, čo je dôležité v spoločnosti, čo považovať za normu, čo za anomáliu a čo za deviáciu*“, preto spravodajstvo nie je hodnotovo neutrálne (Hochelová, 2011, s. 49-50).

Ilowiecki a Žantovský, (2008, s. 74-75) uvádza že, problémom v médiach a jej vzťahu ku agresii má v reálnom živote omnoho širší význam, ktorý presahuje celkový rámec o téme manipulácia. Jedno je ale jasné, že o manipulácii v médiach môžeme hovoriť, keď mediálny majiteľ, šéfovia zámerne obchádzajú nariadenia, predpisy a psychologické doporučania, aby dosiahli vedome vytúženého zisku a zároveň sú presvedčení, že ponúkajú ľuďom, čo sami vyžadujú. Je veľa spôsobov manipulácie a klamstva v médiach. Podaním informácie môžeme najjednoduchšie a najčastejšie zmanipulovať. Medzi najdôležitejšie zmanipulovateľné informácie patria:

1. použitie nepravdivej informácie – klamstvo,
2. zatajovanie informácie, ktorá je pravdivá,
3. obchádzanie dôležitých a podstatných informácií a oznamovanie nie až tak dôležitých informácií,
4. oznamovanie veľmi vážnych informácií ako nedôležité a nie až tak podstatné,
5. oznamovanie informácií manipulovaním, aby vyzneli nepresne a mali viacej významov,
6. chaotická informácia,

7. blokované a oneskorené informácie,
8. vymyslené informácie, kde sú pridané iné súvislosti a dôvodom je náročky odvedenie pozornosti od skutočnej podstaty,
9. fragmentácia - kde sa po častiach oznamujú informácie a najdôležitejšie časti sú vynechané, preto nie je možné celú informáciu poriadne pochopiť. Dá sa tvrdiť, že informácia je vytrhnutá zo spoločenského, politického a etického kontextu.

Podľa Vágnera (1997, s. 46-48) k manipulačným zdrojom sa radia:

1. konkrétny zdroj – prameň,
2. odkazový zdroj – slúži k utuženiu vzťahu medzi televíziou a divákom,
3. neutrálny zdroj – bludný kruh, kde televízia ručí sama za seba,
4. hromadný zdroj – skupina zdrojov, ktoré sú považované za dôveryhodné, patrí medzi obľúbený zdroj,
5. utajený zdroj – anonymný, dôverný, pričom si novinári chránia svoje zdroje,
6. tieňový zdroj – nikto sa neobťažuje zisťovaním, či je zdroj pravdivý a či informácie, ktoré boli uverejnené sú pravdivé.

6.2.1 Stupne manipulácie

Presvedčovanie – môže byť aj pozitívne, ak si chceme adresáta získať počas rozhovoru svojimi argumentami a dokonca je často aj potrebná. Presvedčovanie považujeme za nutné, ak novinári konajú v súlade so svojím vedomím a svedomím. Je to správne presvedčovanie, ak človek presne vie, že je presvedčovaný na niečo, alebo proti niečomu. Ak ide o skryté presvedčovanie, hovoríme už o manipulácií, pri ktorých používame rôzne nečisté triky.

Nátlak – má rôzne formy, je to nútenie k niečomu pod vplyvom hrozby, najčastejšie právne a ekonomicky. Spoločnosť by nemohla fungovať bez právneho nátlaku, štát by sa mohol rozpadnúť.

Násilie je spojované s fyzickým ohrozovaním života, slobody, zastrášaním a zbavenia osobných práv. Radí sa k najstarším formám zbavovania sa ľudí, táto metóda sa dodnes využíva v niektorých krajinách s diktátorským systémom k udržaniu vlády.

Manipulácia - najlepší masmediálny nástroj pre získanie moci. K manipulácii sa priraduje hlavne presvedčovanie. Médiálny manipulátori sa obhajujú slovami: „*My len presvedčujeme, my nemanipulujeme. A keď sa predsa len niekedy objaví malička manipulácia, nikoho pri tom nenutíme, každý sa môže sám rozhodovať.*“ Takéto slová používajú najväčší manipulátori (Ilowiecki, Žantovský, 2008, s. 31-32).

6.3 Propaganda

Propagandu môžeme definovať ako činnosť jednaní, ktorej úmyslom je podriadenie sa seba samého, alebo nejakej ideológii. Radíme ju ku špecifickej forme a k najdôležitejším faktorom mediálnej komunikácie. V tomto prípade hovoríme o propagande ako o metóde presvedčovania pri nejakej akcii, ale aj ako o metóde nazývanej „*public relations*“ – verejná mienka osôb, firiem, inštitúcií atď. Toto všetko ovplyvňuje a manipuluje ľudí, ich reakcie, názory a jednanie (Ilowiecki, Žantovský, 2008, s. 30-31).

Podľa Jiráka a Köpplovej (2007, s. 156) sa v bežnom styku pod pojmom propaganda rozumie cielená manipulácia na dosiahnutie spoločenskej kontroly prostredníctvom médií. H.D.Lasswell charakterizoval propagandu ako „*manipuláciu verejnou mienkou prostredníctvom politických symbolov*“ a tiež ako „*riadenie kolektívnych postojov manipulácie dôležitými symbolmi*“. Preto môžeme tvrdiť, že propaganda je stará ako sama civilizácia (In: Jiráka, Köpplová, 2007, s. 156).

Už v 17. storočí sa začal presadzovať termín propaganda. Toto označenie získalo veľmi rýchlo negatívny charakter pri manipulácii s ľuďmi a ich myslením, ktorého sa nezabavilo ani do súčasnej doby. Autoritatívne a totalitné režimy využívali vo svoj prospech manipuláciu na dosiahnutie svojich záujmov a moci. V dnešnej modernej spoločnosti môžeme rozdeliť propagandu do siedmych základných kategórií podľa Thomsona (1977):

- **politická propaganda** – získavaná pri politickej moci,
- **ekonomická propaganda** – používa sa pri presvedčovaní ľudí pri kúpe a predaji tovaru so zámerom udržovania ekonomickej dôvery,
- **vojenská propaganda** – zameraná na získavanie spojencov a vojska u vlastného obyvateľstva v čase vojny,
- **diplomatická propaganda** – forma, pri ktorej je zameraná pri vzniku a posilnení priateľstva alebo nepriateľstva daných spojencov a nepriateľov,
- **eskapatická propaganda** – zvláštna forma politickej propagandy, pričom sú použité médiá, ktorých úlohou je odvedenie pozornosti od spoločenských problémov, narozdiel od motivovania, ktoré by malo byť v určitom smere motivované,
- **ideologická propaganda** – šírenie určitých systémov, náboženskej viery a ideí, pričom snahou je násilne presvedčovanie, zneužívanie emócií a nadšenia u spoločenských skupín a jednotlivcov,

- **didaktická propaganda** – forma výchovy, pri ktorej sa žiadané ciele spoločensky nepresadzujú (Jirák, Köpplpvá, 2007, s. 157).

6.3.1 Cenzúra

Jirák, Köpplpvá (2007, s. 155-156) tvrdia, že média sa radia k spoločenskému faktoru a významne ovplyvňujú správanie spoločnosti prostredníctvom propagandy a aj cenzúry. Ďalej potvrdzujú, že všetci tí, ktorí sa snažia a chcú kontrolovať, korigovať mediálne obsahy z „vonku“ skôr ako sa dostanú k príjemcovi za pomoci veľkej moci môžeme nazvať cenzúra. Cenzúru rozlišujeme na **predbežnú**, nazývanú aj preventívnu a **následnú**. Skôr ako sa dostane mediálny obsah k príjemcovi a predtým je urobený zásah do celkového obsahu, nazývame ju predbežnou cenzúrou. Na rozdiel od následnej cenzúry, ktorá sa uskutočňuje po odvysielaní. Mediálne obsahy ktoré sa dostanú ku každému, môžu ovplyvniť správanie, názory a postoje, preto sa prostredníctvom cenzúry dosahuje to, aby sa k príjemcovi dostali len také oznamy, ktoré sú vlastníčkovi moci vyhovujúce a prijateľné. Chlupáč (1978) vo svojej publikácii uviedol o výkone kontroly médiami, že: „*distribúcia informácií je jedným so základných nástrojov riadenia spoločnosti a prejavom moci. Občan nemôže vedieť všetko, len to čo má a musí vedieť. Štát diriguje šírenie informácií podľa kľúča daného jejho politickej koncepcii*“ (In: Jirák, Köpplpvá, 2007, s. 156).

6.4 Sledovanosť a jej dôvody

Výška sledovanosti je ovplyvnená množstvom jednotlivých relácií, v ktorých sú odvysielané drastické scény vyvolávajúce strach a agresivitu. To, že také množstvo programov existuje dokázalo už veľa výskumov. Preto je otázne aký vplyv môže mať také veľké množstvo drastických scén hlavne na mladého diváka? Je už dávno známe, že vzájomná súvislosť medzi nasýtením televíznych scén v nich je zobrazené násilie a medzi skutočnou násilnou agresivitou existuje. Diskutuje sa, či to vyvolávala u divákov na základe pozerania drastických scén nejaké asociálne sklony, alebo ich už majú vrodene a preto si radi pozerajú takéto vysielanie. Sledovanie spravodajstva v ktorom sú agresívne a násilné scény vyvolávajú tiež logicky strach a ich účinok sa tým môže zosilňovať. Môže byť ale aj iné uplatnenie strachu a to v politickej propagande. Dá sa to ukázať napríklad pri zmene reforiem, ktoré sú často prijímané s určitou kritikou a nedôverou. Vo svoj prospech využíva manipulátor strach ku svojej

propagande svojho oponenta a označí ho ako vinníka za rôzne zlyhania reforiem, napríklad rast nezamestnanosti, kriminality atď. Takto zmení negatívnu pozornosť daným smerom a vyvolá u príjemcu pocit ohrozenia. Masmédia sa tešia takto fungujúcej primitívnej manipulácií, lebo sa jedná o tzv. „ *atraktívny spravodajský materiál*“ a myslia si, že táto téma každého diváka zaujíma (Ilowiecki, Žantovský, 2008, s.96-97).

7 EMIRICKÁ ČASŤ

Prieskumný projekt

Agresivita a násilie je aktívny problém súčasnosti, s ktorým sa stretávame v každodennom živote a je dennodenne odvysielané aj v spravodajstve televízneho vysielania. Preto bol prieskum orientovaný na túto tému medzi širšou verejnosťou.

7.1 Ciele prieskumu

Hlavné ciele prieskumnej časti práce sme stanovili nasledovne:

1. zistiť aký vplyv má agresivita a násilie v spravodajstve televízneho vysielania na oslovených respondentov podľa vekovej skupiny a to:
 - I. vekova kategória: od 20 do 40 rokov
 - II. vekova kategória: od 40 do 60 rokov
 - III. vekova kategória: od 60 a viac
2. zistiť u všetkých vekových skupín či je agresivita a násilie v spravodajstve predmetom propagácie za účelom väčšej sledovanosti,
3. zistiť aký je celkový postoj opýtaných respondentov na agresivitu a násilie v spravodajstve televízneho vysielania,
4. porovnať u všetkých vekových kategóriách sledovanosť spravodajstva televízneho vysielania.

Pre potreby formulovania hypotéz budeme používať:

- a) vo vzťahu k pojmom agresivita a násilie iba pojem násilie,
- b) vo vzťahu a respondentom podľa pohlaví a vekovej kategórie iba pojem respondenti,
- c) vo vzťahu II. vekovej kategórie a III. vekovej kategórie iba pojem staršia vekova kategória.

7.2 Hypotézy prieskumu

Na základe stanovenia cieľov prieskumu formulujeme hypotézy prieskumu:

Hypotéza H1:

Predpokladáme, že väčšina opýtaných respondentov vie určiť, čo znamená pojem násilie.

Hypotéza H2:

Predpokladáme, že väčšina respondentov prieskumu je toho názoru, že v spravodajstvách televíznych staníc sú ponúkané veľmi často informácie o násilí.

Hypotéza H3:

Predpokladáme, že väčšina respondentov je toho názoru, že násilie v spravodajstve televíznych staníc je vysielané za účelom zvýšenia sledovanosti.

Hypotéza H4:

Predpokladáme, že na III. vekovú kategóriu vplyva vysielanie násilia v televíznom spravodajstve negatívnejšie ako na I. vekovú kategóriu.

7.3 Charakteristika prieskumnej vzorky

Prieskum bol urobený medzi širšou verejnosťou mesta Žilina. Oslovení respondenti ochotne vyhovelí pri uskutočnení prieskumu a dobrovoľne vyplnili dotazník, ktorý im bol predložený.

Respondenti sú vo veku od 20 do 60 a viac rokov a boli roztriedení do troch vekových kategórii: I. veková kategória od 20 do 40 rokov, II. veková kategória od 40 do 60 rokov a III. veková kategória od 60 rokov a viac. Táto veková hranica bola zvolená preto, lebo sa jedná už o dospelých jedincov, ktorí by mali mať už svoje názory – viac menej utriedené a mali by si plne uvädomovať dôsledky agresivity a násilia a hlavne svojho správania. Výber respondentov bol náhodný.

Tabuľka 1: Respondenti prieskumu podľa pohlavia

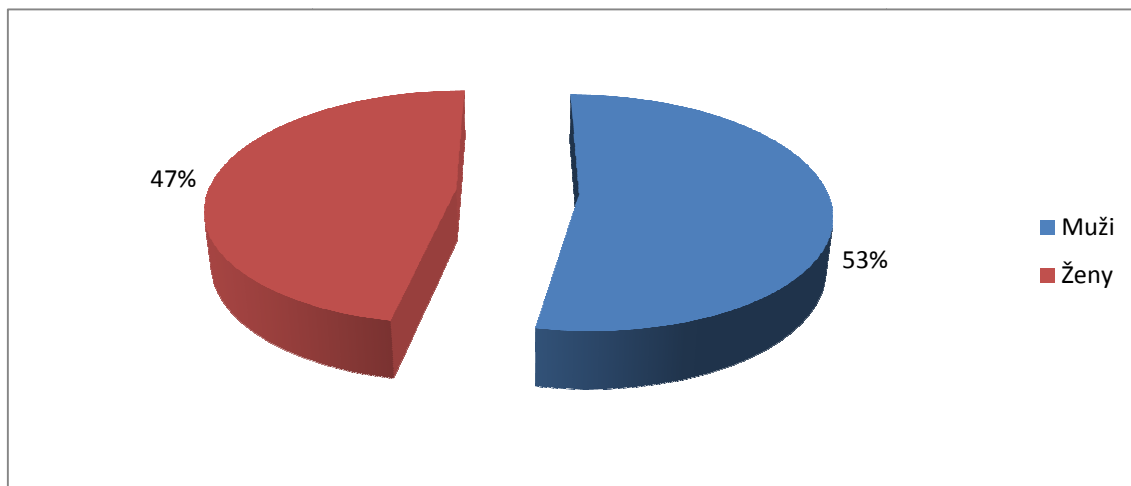
Pohlavie	n	%
Muži	48	53
Ženy	43	47
SPOLU	91	100

Zdroj: vlastný prieskum

Výberová vzorka podľa pohlavia je zaznamenaná v tabuľke 1.

V grafe 2 je zobrazený percentuálny rozdiel zastúpenia výberovej vzorky podľa pohlavia.

Graf 2: Respondenti prieskumu podľa pohlavia



Zdroj: vlastný prieskum

Zastúpenie respondentov podľa pohlavia bolo nerovnomerné. Mužské pohlavie malo zastúpenie 53,0% a ženské pohlavie 47,0%.

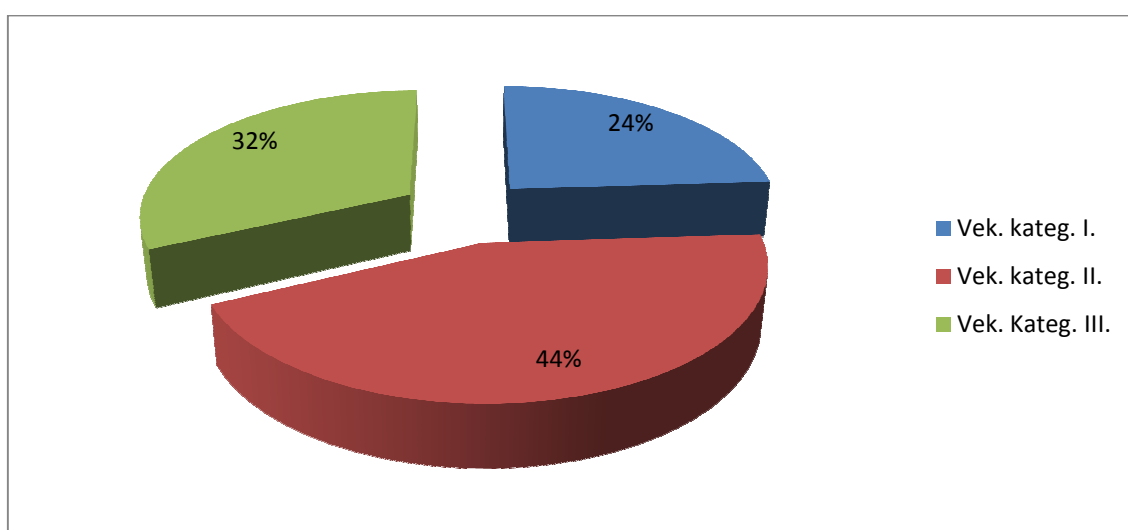
Tabuľka 2: Respondenti prieskumu podľa vekovej kategórie a pohlavia

Pohlavie	Veková kategória I.	%	Veková kategória II.	%	Veková kategória III.	%
	Muži	10	11	25	28	13
Ženy	12	13	15	16	16	18
Spolu	22	24	40	44	29	32
Všetkých spolu	91					

Zdroj: vlastný prieskum

V tabuľke 2 je uvedený celkový počet oslovených respondentov podľa vekovej kategórie a pohlavia. Vo vekovej kategórii I., ktorá je zastúpená respondentami od 20 do 40 rokov bolo zúčastnených 10 mužských respondentov a 12 ženských respondentiek. Vo vekovej kategórii II. s vekovým zastúpením od 40 do 60 rokov bolo 25 mužských respondentov a 15 ženských respondentiek. V poslednej vekovej kategórii III. sa zúčastnilo prieskumu 13 mužských respondentov a 16 ženských respondentiek, kteových veková hranica bola od 60 rokov a viac.

Graf 3: Respondenti prieskumu podľa vekovej kategórie



Zdroj: vlastný prieskum

Celkové percentuálne vyhodnotenie výberovej vzorky podľa vekovej kategórie bolo: vekova kategória I.: 24,0%, veková kategória II.: 44,0% a vekova kategória III.: 32,0% sú znázornené v grafe 3.

7.4 Metódy prieskumu

Informácie sme získali exploratívnou metódou – technikou dotazníka (Príloha A). Dotazník obsahuje 10 uzatvorených otázok, pri ktorých je možnosť zakrúžkovania, alebo označenia krížikom vyhovujúcej odpovede. Metódu zhromažďovania údajov pomocou techniky dotazníka bol zvolený z toho dôvodu, lebo je pomerne rýchlym a najpoužívanejším spôsobom získavania údajov pre výskum (Gavora, 2010). Dotazník bol vyhodnotený v percentách.

7.5 Spôsob a spracovanie údajov

Pri spracovaní výsledkov prieskumu boli použité matematické a štatistické metódy, syntéza, komparácia, a zovšeobecňovanie výsledkov, ktoré sú vyjadrené v tabuľkách a grafoch.

Plán uskutočnenia prieskumu

1. Prípravná fáza

popis a analýza prieskumného problému	máj 2015
stanovenie projektu prieskumu a hypotéz	jún 2015

2. Realizačná fáza

zber primárnych informácií a údajov v teréne	júl 2015
spracovanie získaných informácií	september 2015

3. Realizačná fáza-

vyhodnotenie získaných údajov a informácií	november 2015
--	---------------

Návratnosť dotazníkov od oslovených respondentov bola 100,0%.

7.6 Komentár k výsledkom prieskumu

Prieskumu sa zúčastnilo 91 oslovených respondentov – z toho 48 mužov (53,0%), a 43 žien (47,0%).

Veková kategória I.: 10 mužov (11,0%) a 12 žien (13,0%),

Veková kategória II.: 25 mužov (28,0%) a 15 žien (16,0%),

Veková kategória III.: 13 mužov (14,0%) a 16,0 žien (18,0%).

Interpretáciu výsledkov prieskumu sme uskutočnili podľa poradia hypotéz prieskumu.

Pre verifikáciu hypotéz sme použili metodiku podľa Matulaya (2011, s. 79), ktorý doporučuje pre nesociologické prieskumy použiť tvrdenie, že rozdiel medzi dvoma

porovnávanými údajmi, ktorý je väčší ako 20%, možno považovať za významný pri potvrdení pravdivosti hypotézy.

7.6.1 K hypotéze H1

Hypotéza H1:

Predpokladáme, že väčšina opýtaných respondentov vie určiť, čo znamená pojem násilie.

K tejto hypotéze H1 boli v dotazníku pridelené otázky 6 a 8. V otázke 6 sme sa pýtali, či opýtaní respondenti majú predstavu, čo znamená pojem agresivita a násilie. K tejto otázke boli priradené dve odpovede: *a) áno, b) nie*.

Z otázky č. 6, týkajúcej sa vymedzenia pojmov agresivita a násilie vyplynulo, že všetci respondenti rozdelení podľa pohlavia mali predstavu, čo znamená agresivita a násilie

Všetky údaje sú prepočítané v tabuľke 3 a graficky znázornené v grafe 4.

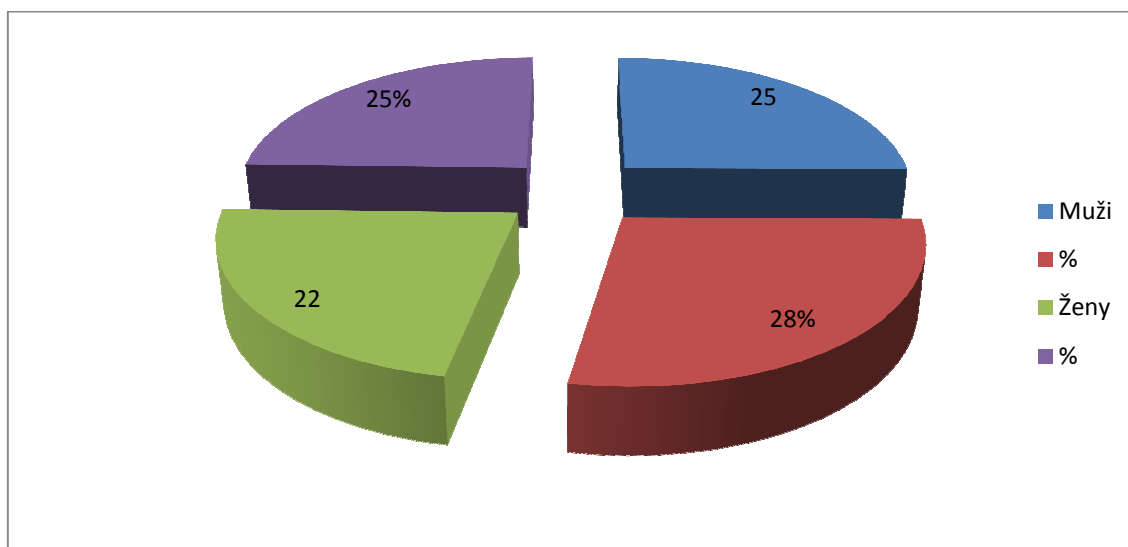
Tabuľka 3: **Prehľad vymedzenia pojmu agresivity a násilia u respondentov**

Odpovede	Muži	%	ženy	%
áno	48	53,0	43	47,0
nie	0	0,0	0	0,0
Spolu	48	53,0	43	47,0
Všetkých spolu	91			

Zdroj: vlastný prieskum

Pri porovnaní získaných údajov medzi respondentmi nebolo prekvapujúce, že až 100,0% z celkového počtu respondentov vekovej kategórie vedelo vymedziť pojem agresivita a násilie. Z toho 53,0% mužskej a 43,0% ženskej výskumnej vzorky.

Graf 4: Vymedzenie pojmu agresivity a násilia u respondentov



Zdroj: vlastný prieskum

Na otázku č. 8 respondenti všetkých vekových kategórii odpovedali, či môže byť agresivita a násilie hodnotené ako trestný čin.

K tejto otázke boli prídlené tri možnosti odpovedí: a) *áno*, b) *nie*, c) *neviem posúdiť* a sú zaznačené v tabuľke 4.

Tabuľka 4: Agresivita a násilie hodnotené ako trestný čin

Odpovede	Vek. kategória I..		Vek. kategória II..		Vek. kategória III..		N	%
	I..	%	II..	%	III..	%		
áno	16	18,0	25	27,0	20	22,0	61	67,0
nie	4	4,0	10	11,0	3	3,0	17	18,0
neviem posúdiť	2	2,0	5	6,0	6	7,0	13	15,0
Spolu	22	24,0	40	44,0	29	32,0	91	100,0

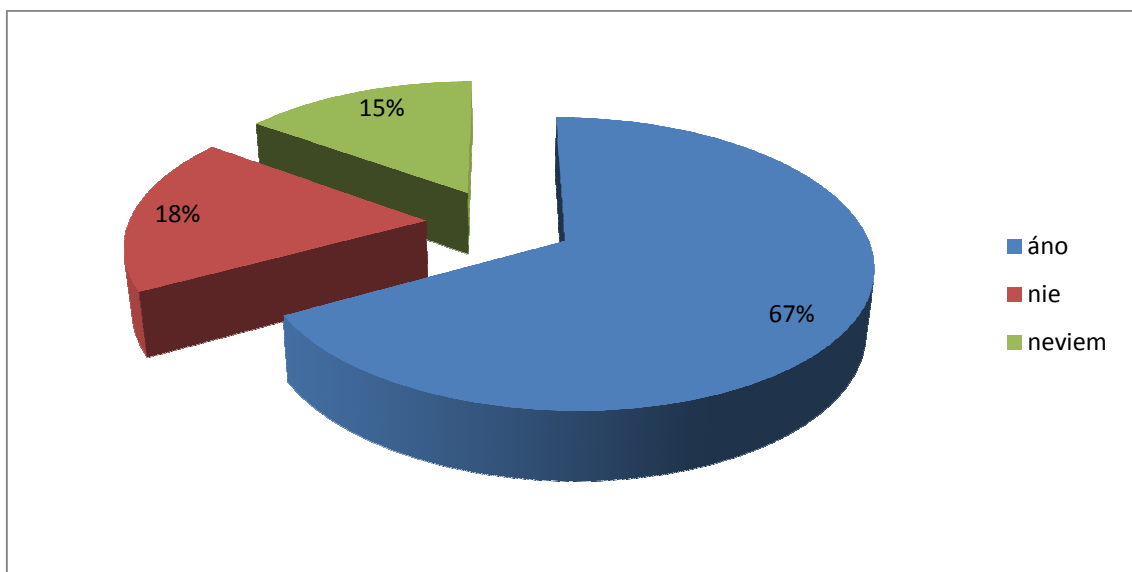
Zdroj: vlastný prieskum

Z celkového počtu 91 respondentov I., II. a III. vekovej kategórie vedelo určiť, či je, nie je, alebo neohodnotili agresivitu a násilie ako trestný čin. Kladne sa vyjadrilo v I. vekovej kategórii 18,0% respondentov, v II. vekovej kategórii 27,0% a v III. vekovej kategórii 22,0%. Záporne ohodnotilo 4,0% vekovej kategórie I.,

11,0% vekovej kategórie II. a v III. vekovej kategórii 3%. Z toho 2,0% vekovej kategórie I., 6,0% II. vekovej kategórie a 7,0% vekovej kategórie III. nevedelo konkrétne posúdiť agresivitu a násilie ako k trestný čin.

Percentuálne vyhodnotenie agresivity a násila hodnotené ako trestny čin je znázornené v grafe 5.

Graf 5: Agresivita a násilie radená k trestný činom



Zdroj: vlastný prieskum

Až 67,0% respondentov z celkového počtu v skutočnosti vedelo, že agresivita a násilie môže byť hodnotené ako trestný čin, z toho 18,0% výskumnej vzorky respondentov si to nemyslí a 15,0% nevedelo posúdiť kriminálny čin.

Medzi kladnou odpoveďou k otázke 8 (áno - 67,0%) a voľbou (nie a neviem - 33,0%) je rozdiel viac ako 20,0% a vo vzťahu k formulácii k hypotéze H1 zdôrazňujeme 100,0% jednomyselných odpovedí k otázke 6, môžeme konštatovať z pohľadu použitej metodiky k overeniu hypotézy, že **hypotéza H1 sa potvrdila**.

7.6.2 K hypotéze H2

Hypotéza H2:

Predpokladáme, že väčšina respondentov prieskumu je toho názoru, že v spravodajstvách televíznych staníc sú ponúkané veľmi často informácie o násilí.

K tejto hypotéze H2 sme priradili v dotazníku otázku 7, kde respondenti odpovedali na otázku odpoveďou *a) áno myslím, b) nie nemyslím, c) nevyjadrili sa.*

Tabuľka 5: Vysielanie o agresivite a násilí v každom spravodajstve televízneho vysielania

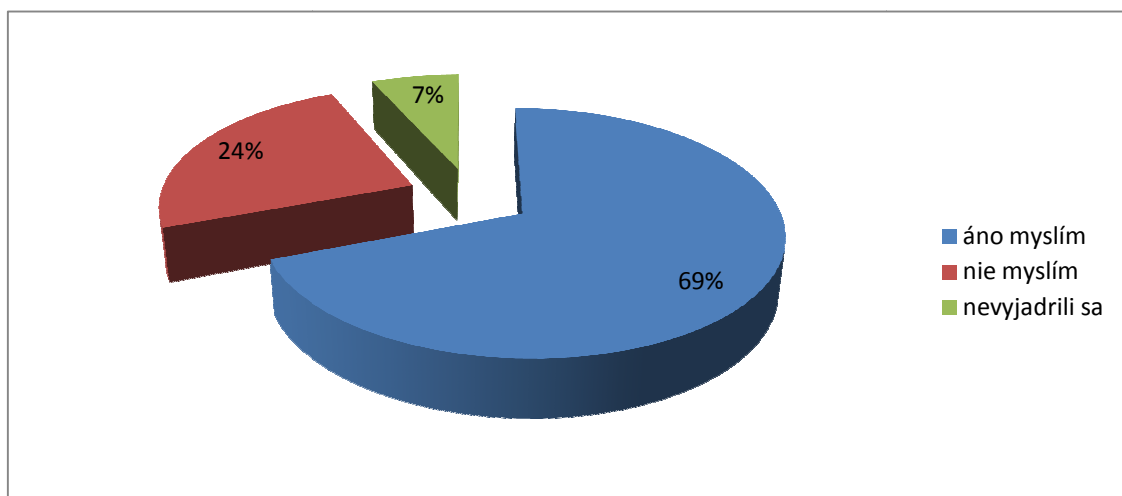
Odpovede	Vek. kategória I..	%	Vek. kategória II..	%	Vek. kategória III..	%	N	%
áno myslím	10	11,0	26	29,0	27	30,0	63	69,0
nie nemyslím	8	9,0	12	13,0	2	2,0	22	24,0
nevyjadrili sa	4	4,0	2	2,0	0	0,0	6	7,0
Spolu	22	24,0	40	44,0	29	32,0	91	100,0

Zdroj: vlastný prieskum

V tabuľke 5, v ktorej sú zaznačené výsledky výskumnej vzorky, či si myslia, že je každodenne odvysielané o agresivite a násilí v spravodajstve televízneho vysielania, vyplýva nasledovné: 11,0% malo pozitívny názor a 9,0% negatívny názor vo vekovej skupine I. 29,0% kladne odpovedalo vo vekovej skupine II. a 13,0% záporne. 30,0% vo vekovej skupine III. záporne a len 2,0% kladne. K tejto otázke sa nám nevyjadrili 4,0% respondentov v I. vekovej kategórii a 2% v II. vekovej kategórii. Z III. vekovej kategórie sa vyjadrili všetci respondenti.

Grafické znázornenie odpovedí respondentov k otázke 7 je znázornené v grafe 6.

Graf 6: Agresivita a násilie v každom spravodajstve televízneho spravodajstva



Zdroj: vlastný prieskum

Z celkového počtu respondentov na konkrétnu otázku 7 odpovedalo až 63,0% a myslia si, že je v každom spravodajskom vysielaní odvysielané o agresivite a násilí a 22,0% respondentov malo opačný názor, že si nemyslia, že je v každom spravodajskom bloku vysielané o agresivite a násilí. 6,0% nám neodpovedalo.

Vzhľadom na skutočnosti, že kladná voľba odpovedí respondentov je 69,0% vo vzťahu k záporným odpovediam (nie myslím a nevyjadrili sa - 31,0%), tak je rozdiel viac ako 20,0%, čím môžeme konštatovať, že **hypotéza H2 sa potvrdila**.

7.6.3 K hypotéze H3

Hypotéza H3:

Predpokladáme, že väčšina respondentov je toho názoru, že násilie v spravodajstve televíznych staníc je vysielané za účelom zvýšenia sledovanosti.

V dotazníku sme prideliť k tejto hypotéze H3 otázky 3, 4, 10.

V otázke 3 sme sa pýtali, či opýtaní respondenti bez rozdielu na vekovú kategóriu sledujú spravodajstvo televízneho vysielania (tabuľka 6). K otázke boli pridelené odpovede: a) *áno*, b) *nie*.

Tabuľka 6: **Sledovanosť spravodajstva televízneho vysielania**

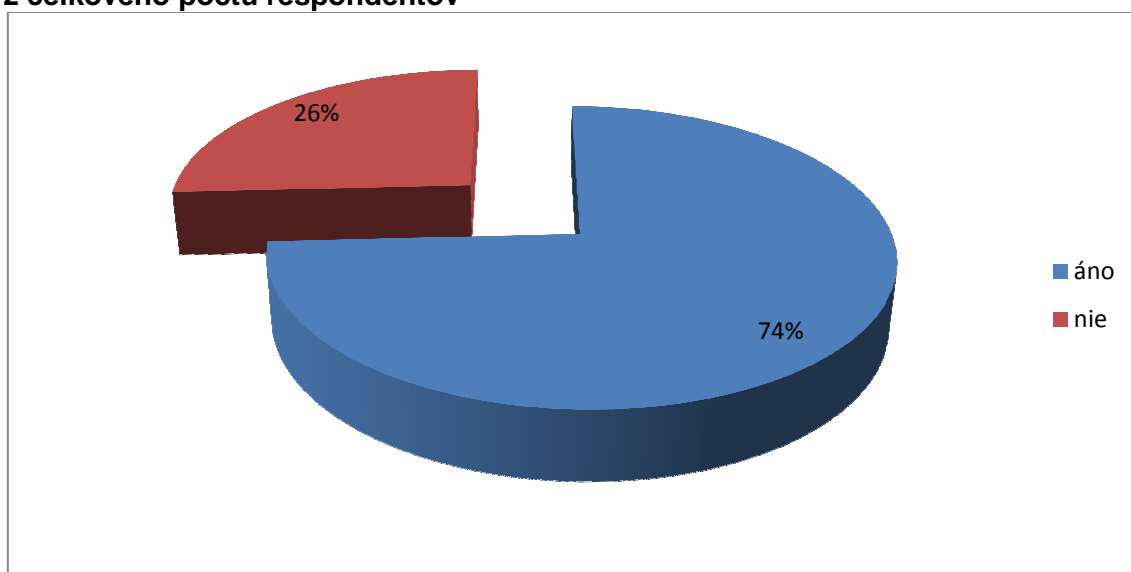
Odpovede	Vek. kategória		Vek. kategória		Vek. kategória		N	%
	I..	%	II..	%	III..	%		
áno	10	11,0	26	29,0	27	30,0	63	69,0
nie	8	9,0	12	13,0	2	2,0	22	24,0
Spolu	22	24,0	40	44,0	29	32,0	91	100,0

Zdroj: vlastný prieskum

Vyhodnotenie sledovanosti spravodajstva televízneho vysielania sú prepočítané v tabuľke 6. Na základe výsledkov, sme vyzistili, že vo vekovej kategórii I. odpovedalo kladne 11,0% respondentov a 8,0% záporne. Vo vekovej kategórii II. sa vyjadrilo na otázku, či sleduje spravodajstvo televízneho vysielania kladne 29,0% respondentov a 13,0% záporne. Veková kategória III. odpovedala vo vyššom percentuálnom podiele 27,0% kladne na otázku, oproti vekovým kategóriam I. a II. Len 2,0% opýtaných respondentov III. vekovej kategórie nesleduje spravodajstvo televízneho vysielania.

Z celkového počtu 91 respondentov označilo 74,0% sledovanosť spravodajstva a 26,0% respondentov nesleduje televízne spravodajstvo. Grafické znázornenie odpovedí na otázku 4 je vizualizované v grafe 7.

Graf 7: **Percentuálne vyhodnotenie sledovanosti televízneho spravodajstva z celkového počtu respondentov**



Zdroj: vlastný prieskum

Otázka 4 nadväzuje na otázku 3 a bola už konkrétne zameraná na vyzistenie, ako často opýtaní respondenti sledujú televízne spravodajstvo. Možnosti odpovedí boli: a) každý deň 1 - krát a viac, b) 5 - krát do týždňa, c) 3 - krát do týždňa, d) príležitostne, e) nesledujem.

Výsledky uvádzame v tabuľke č. 7.

Tabuľka 7: Aká častá je sledovanosť televízneho spravodajstva u respondentov

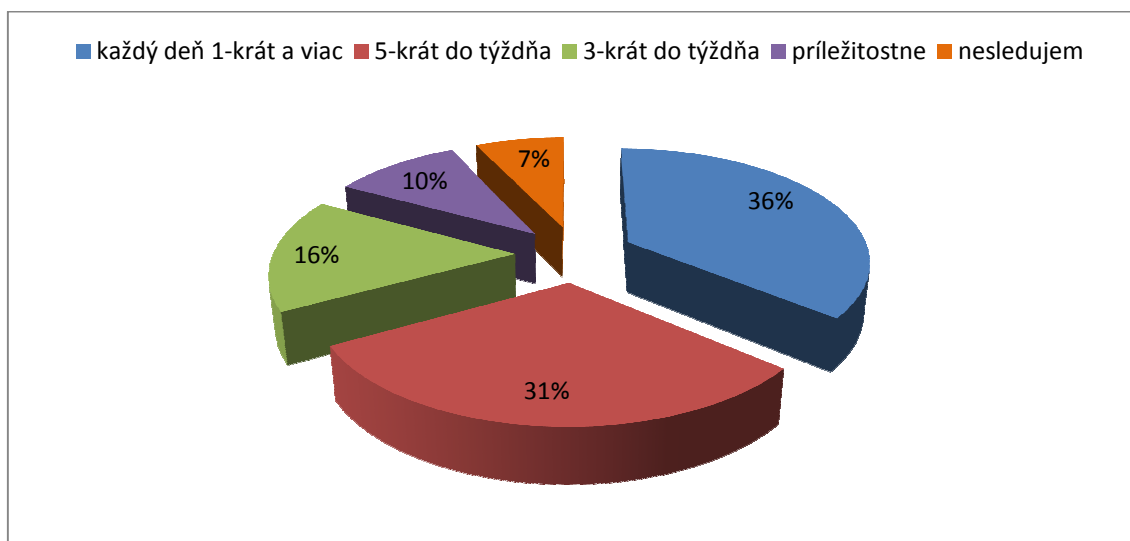
Odpovede	Vek. kategória I..	%	Vek. kategória II..	%	Vek. kategória III..	%	N	%
Každý deň 1-krát a viac	2	2,0	12	13,0	19	21,0	33	36,0
5-krát do týždňa	7	8,0	15	17,0	6	7,0	28	31,0
3-krát do týždňa	6	7,0	6	7,0	3	3,0	15	16,0
Príležitostne	3	3,0	5	5,0	1	1,0	9	10,0
Nesledujem	4	4,0	2	2,0	0	0,0	6	7,0
Spolu	22	24,0	40	44,0	29	32,0	91	100,0

Zdroj: vlastný prieskum

Zo záznamov v tabuľke 7 môžeme vidieť ako často opýtaní respondenti sledujú spravodajstvo televízneho vysielania. Každý deň 1-krát a viac mala najväčšie percentuálne vyhodnotie III. vekova kategória - až 21,0%, kde v II. vekovej kategórii sa vyjadriť na túto možnosť odpovede 13,0% a v I. – najmladšej vekovej kategórii to boli len 2,0%.

Aj keď je v jednotlivých vekových skupinách zastúpenie výskumnej vzorky nerovnomerné, napriek tomu pri celkovom percentuálnom vyhodnotení častej sledovanosti respondentami sme vyhodnotili v grafe 8 a to, že väčšina opýtaných 33,0% sleduje televízne spravodajstvo minimálne každý deň a 28,0% 5 – krát do týždňa. Ďalej 15,0% sleduje 3 - krát do týždňa, 9,0% len príležitostne a 6,0% nesleduje vôbec televízne spravodajstvo.

Graf 8: Celkový prehľad ako často sledujú televízne spravodajsto respondenti



Zdroj: vlastný prieskum

Na otázku 10 odpovedala výberová vzorka či si myslí, že vysielanie o agresivite a násilí v spravodajskom vysielaní je úmyselné, aby zvýšila sledovanosť televíznych staníc. Odpovede k tejto otázke boli: a) *áno*, b) *nie*, c) *neviem posúdiť*.

Vyhodnotenie spravodajského vysielania o agresivite a násilí so zámerom o vyššiu sledovanosť televíznych staníc je vyhodnotaná v tabuľke 8 a grafe 9.

Tabuľka 8: Zámerné vysielanie o agresivite a násilí v televíznom spravodajstve

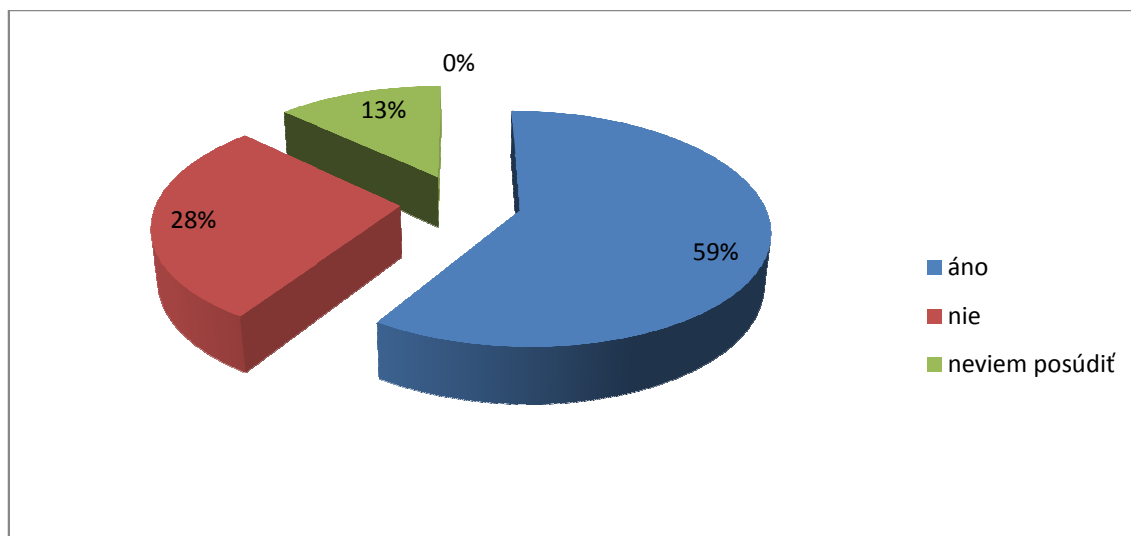
Odpovede	Vek. kategória I..		Vek. kategória II..		Vek. kategória III..		N	%
		%		%		%		
áno	12	13,0	26	29,0	15	17,0	53	59,0
nie	7	8,0	8	9,0	10	11,0	25	28,0
neviem posúdiť	3	3,0	6	6,0	4	4,0	13	13,0
Spolu	22	24,0	40	44,0	29	32,0	91	100,0

Zdroj: vlastný výskum

Z výsledkov môžeme posúdiť, že oslovení respondenti každej vekovej kategórie I., II., a III. má názor, že vysielanie o agresivite a násilí v televíznom spravodajstve je úmyselné,

aby sa zvýšila sledovanosť televíznych médií. Z toho v I. vekovej kategórii to uviedlo 13,0%, v II. vekovej kategórii 29,0% a 17,0% je presvedčených v III. vekovej kategórii. Opačne si to nemyslí 8,0% v I. vekovej kategórii, 9,0% II. vekovej kategórii. a 11,0% v III. vekovej kategórii. Posúdiť nevedeli 3% vo vekovej kategórii I., 6% v II. vekovej kategórii a 4% v III. vekovej kategórii.

Graf 9: Zámerné vysielanie o agresivite a násilí v televíznom spravodajstve



Zdroj: vlastný prieskum

Z celkového počtu 91 respondentov si 53,0% myslí, že je zámerne vysielané o agresivite a násilí. Z toho 25,0% si to nemyslí a 13,0% nevedelo posúdiť vysielanie zámerne kvôli vyššej sledovanosti.

Pri porovnaní výsledkov tabuliek 6, 7, 8 a grafov 7, 8 a 9 sme mohli vyhodnotiť aká častá je sledovanosť televízneho spravodajstva u respondentov, ktorí na tomto základe určili aj zámerne vysielanie o agresivite a násilí, kvôli vyššej sledovanosti.

Hoci odpovede na otázku 3 (tabuľka 6) a 4 (tabuľka 7) naznačujú, že respondenti vo vysokej miere sledujú televízne vysielanie rozličných televíznych staníc. Odpovede respondentov na otázku 10 (tabuľka 8) nevyjadrujú náš predpoklad, že násilie v televíznom spravodajstve je vysielané zámerne z dôvodu zvyšovania sledovanosti (áno - 59,0% oproti nie a neviem posúdiť - 41,0%), nakoľko rozdiel medzi voľbami respondentov je iba 11,0%, čo znamená, že **hypotéza H3 sa nepotvrdila**, a teda väčšina z nich nie je toho názoru, že násilie v televíznom spravodajstve je zámerne z dôvodu zvyšovania sledovanosti vysielania.

7.6.4 K hypotéze H4

Hypotéza H4:

Predpokladáme, že na III. vekovú kategóriu vplýva vysielanie násilia v televíznom spravodajstve negatívnejšie ako na I. vekovú kategóriu.

V dotazníku sme prideliili k tejto hypotéze H4 otázku 5 a zaujímalo nás, z akého dôvodu a záujmu informuje televízne spravodajstvo publikum.

Možnosti odpovedí boli: a) *mať všeobecný prehľad*, b) *dozvedieť sa len o pozitívnych udalostiach u nás a vo svete*, c) *dozvedieť sa len o negatívnych udalostiach u nás a vo svete*, d) *iné*.

Odpovede respondentov sú v tabuľke 9 a graficky znázornené v grafe 10.

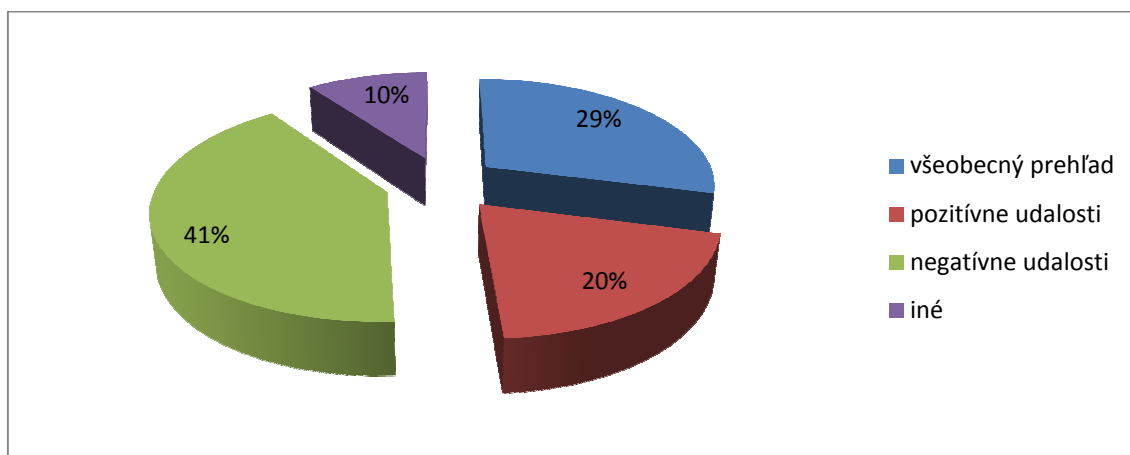
Tabuľka 9: Informovanosť prostredníctvom spravodajstva

Odpovede	Vek. kateg. I..	%	Vek. kateg. II..	%	Vek. kateg. III..	%	N	%
Všeobecný prehľad	6	7,0	13	14,0	7	8,0	26	29,0
Vedieť len o pozitívnych udalostiach	9	10,0	5	6,0	4	4,0	18	20,0
Vedieť len o negatívnych udalostiach	4	4,0	18	20,0	15	17,0	37	41,0
Iné	3	3,0	4	4,0	3	3,0	10	10,0
Spolu	22	24,0	40	44,0	29	32,0	91	100,0

Zdroj: vlastný prieskum

Z prepočítaných údajov v tabuľke 9. sme vyhodnotili a porovnali z akých možných dôvodov pôsobí svojim vysielaním na respondentov televízne spravodajstvo. Z celkového počtu respondentov uviedlo 26,0% dôvod spravodajského vysielania kvôli všeobecnému prehľadu. 18,0% si myslí, že dôvodom sú pozitívne udalosti a až 37,0% výskumnej vzorky označilo negatívne udalosti z domova a zo sveta ako dôvod záujmu o spravodajské vysielanie. Len 10,0% opýtaných respondentov označilo iný dôvod ako boli predchádzajúce možné dôvody.

Graf 10: Informovanosť televíznym spravodajstvom



Zdroj: vlastný prieskum

Keď sme porovnali výsledky medzi vekovou skupinou I. a vekovými skupinami II. a III. Pri porovnávaní výsledkov medzi vekovou kategóriou I. a vekovými kategóriami II. a III. môžeme určiť, že v II. a III. vekovej kategórii uviedli respondenti negatívne dôvody spravodajského vysielania s najväčším percentuálnym podielom a to: 20,0% z vekovej kategórie II. a 17,0% z vekovej kategórie III. V I. vekovej kategórii uviedlo negatívne dôvody informovanosti prostredníctvom spravodajského vysielania len 4,0%. Preto môžeme uviesť, že na vekovu kategóriu II. a III. vplyva spravodajstvo televízneho vysielania negatívnejšie ako na vekovu kategóriu I.

Z otázky 9 sme chceli vyzistiť ako pôsobia na respondentov vysielané oznamy o agresivite a násilí v spravodajstve televízneho vysielania. K tejto otázke boli priradené odpovede: a) *pozitívne*, b) *negatívne*, c) *nemám žiadne pocity*.

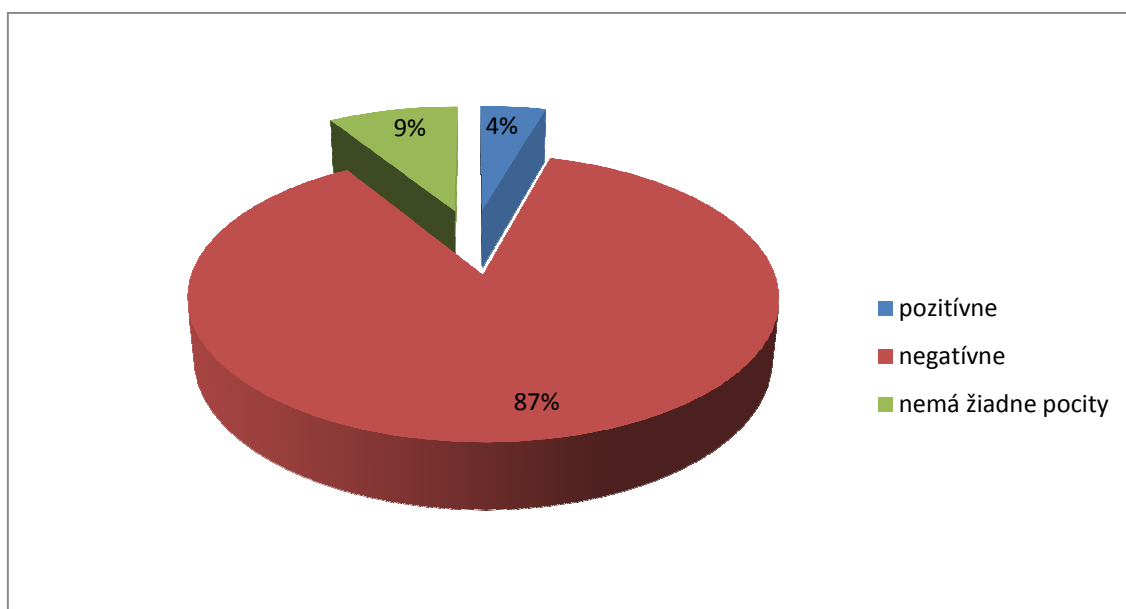
Tabuľka 10: Pôsobenie agresie a násillia v spravodajstve televízneho vysielania

Odpovede	Vek. kategória I..	%	Vek. kategória II..	%	Vek. kategória III..	%	N	%
Pozitívne	4	4,0	0	0,0	0	0,0	4	4,0
Negatívne	16	18,0	34	37,0	29	32,0	79	87,0
Nemám žiadne pocity	2	2,0	6	7,0	0	0,0	8	9,0
Spolu	22	24,0	40	44,0	29	32,0	91	100,0

Zdroj: vlastný prieskum

V tabuľke 10 s preukázaním na prepočty sme došli k výsledkom, že vo všetkých vekových skupinách výskumnej vzorky majú informácie o agresivite a násilí v televíznom spravodajstve viac negatívne pôsobenie ako pozitívne. Len v III. vekovej kategórii sa vyjadrilo všetkých 32,0% respondentov, že informácie o agresivite a násilí na nich pôsobí len negatívne. Z II. vekovej kategórie potvrdilo 37,0% negatívne pôsobenie a na 7,0% pôsobí agresívne vysielanie o násilí neutrálne. Zaujímavosťou je, že v I. vekovej kategórii uviedli 4,0% aj pozitívne pôsobenie, ale na 18,0% je pôsobnosť negatívna a 2,0% žiadne pocity pri vysielaní nemá.

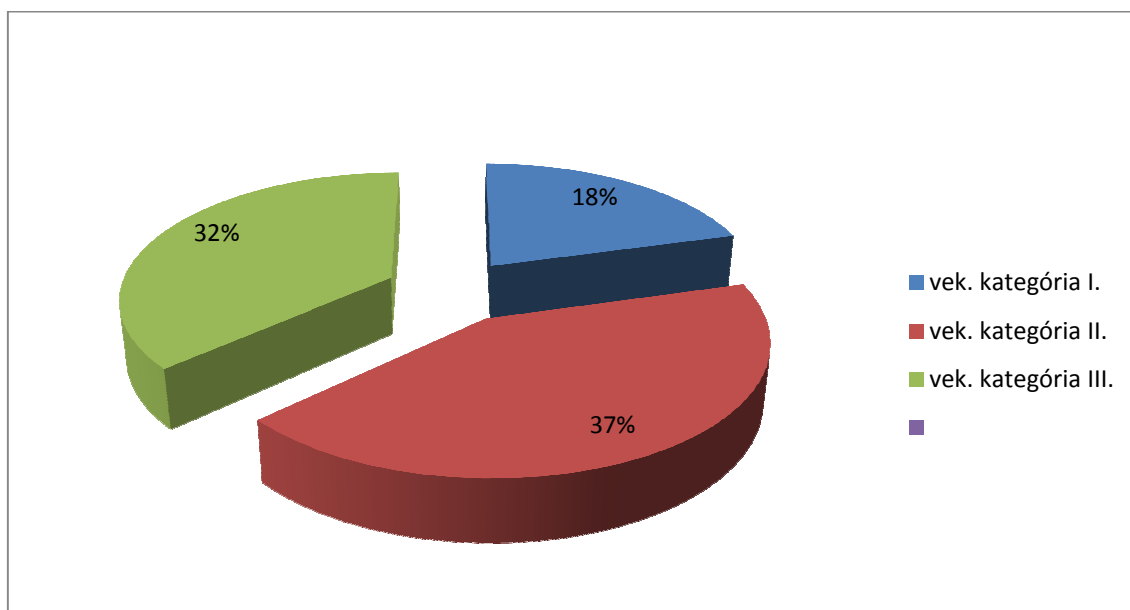
Graf 11: Pôsobenie agresie a násilia v televíznom spravodajstve na respondentov



Zdroj: vlastný prieskum

Celkové percentuálne skóre pôsobenia informácií o agresivite a násilí v televíznom spravodajstve – graf 11, je veľmi rozdielne. Až na 87,0% opýtaných vplývajú oznamy a informácie negatívne, na 4,0% majú vplyv pozitívny a 9,0% neprežívajú žiadne pocity pri vysielaní o agresivite a násilí.

Graf 12: Negatívne pôsobenie spravodajského vysielania podľa vekovej kategórie



Zdroj: vlastný prieskum

Na základe rozboru odpovedí respondentov k otázke 5 (tabuľka 9, graf 10), otázke 9 (tabuľka 10, graf 11 a 12) môžeme konštatovať že, podľa výsledkov odpovedí sa respondenti výraznejšie nelíšia v názore na ich vlastnú informovanosť prostredníctvom sledovania televízneho vysielania (všeobecný prehľad a pod.), ale pri otázke 9 (tabuľka 10) už boli respondenti prieskumu jednoznačne presvedčení (87,0%), že informácie o agresivite a násilí v nich vyvolávajú negatívne emócie. Avšak, ak sme porovnávali v súvislosti so znením hypotézy H4 odpovede respondentov I. a III. vekovej kategórie (graf 12), tak negatívne emócie pri sledovaní násilia u I. vekovej kategórie boli vyvolané iba u 18,0% opýtaných a u III. vekovej kategórii iba u 32,0% opýtaných, čiže musíme zdôrazniť, že rozdiel medzi odpoveďami bol iba 14,0% a teda musíme konštatovať, že **hypotéza H4 sa nám nepotvrdila**. Teda rozdiel stanovených 20,0% v prospech III. vekovej kategórie vo vzťahu k negatívnym emóciám nebol zistený.

8 DISKUSIA

Pri realizovaní a vyhodnocovaní nášho výskumu, ktorý bol zameraný na zistenie názoru respondentov na agresivitu a násilie v spravodajstve televízneho vysielania sme zistili niektoré skutočnosti.

Na základe analýzy získaných údajov sme mohli skonštatovať, že väčšina opýtaných respondentov vedelo vymedziť pojem násilie. Na základe toho mohli ďalej určiť, či môže byť agresivita a násilie hodnotené ako trestný čin, čím sa nám hypotéza H1 potvrdila. Zaujímavosťou bolo, že najviac opýtaných respondentov, ktorí nevedeli určiť násilie ako trestný čin, boli respondenti staršej vekovej kategórie, kde by sme nepredpokladali až také veľké percentuálne zastúpenie.

Ďalej sme predpokladali, že vo väčšine spravodajstiev televíznych staníc sú ponúkané informácie o násilí. Ilowiecky a Žantovský (2008) potvrdzujú, že publikum by si prišlo mať na popredných miestach iné správy, ale práve tie negatívne majú väčší význam a vidíme svet taký, ako ho vysielajú v televízií. Preto je omnoho ťažšie prezentovať správy o „existencií dobra“. Opakované prezentovanie drastičnosti a negativizmu, ktoré je na prvom mieste v správach, automaticky dodáva správe osobité vlastnosti. V našom výskume sa nám hypotéza H2 potvrdila a analýze odpovedí u respondentov zme zistili, že až skoro trištvrte opýtaných si myslí, že sú vo väčšine spravodajstiev ponúkané informácie o násilí.

Väčšina respondentov bola toho názoru, že násilie v spravodajstve televíznych staníc je vysielané za účelom zvýšenia sledovanosti. Môžeme preto s istou rezervou tvrdiť, že aká je sledovanosť jednotlivých televíznych programov záleží len od počtu príjemcov, čo znamená, že sa zvyšuje sledovanosť a zároveň sa maximalizuje aj zisk. Naším prieskumom sme vyzistili každodennú sledovanosť televízneho spravodajstva, pričom respondenti pri osobnom rozhovore s nami sami uviedli, že sledujú spravodajské vysielania aj za účelom dozvedieť sa o násilí v spoločnosti, ale výsledky prieskumu nám hypotézu H3 nepotvrdili.

Predpokladali sme, že na III. vekovú kategóriu pôsobí vysielanie násilia v televíznom spravodajstve negatívnejšie ako na I. vekovú kategóriu. Pri porovnaní výsledkov medzi vekovými kategóriami sme zistili, že televízne spravodajstvá informujú a ponúkajú najmä negatívne správy, zároveň negatívne ovplyvňujú pocity

respondentov pri ich sledovaní.. Potvrdili to aj väčšie zastúpenie respondentov starších vekových kategórií, na ktorých vplyva spravodajstvo negatívnejšie ako na vekovú kategóriu I., ale výsledky prieskumu nám nepotvrdili hypotézu H4. Keďže sme porovnávali vplyv násilia s najmladšou vekovou skupinou, výsledok bol práve aj tým prekvapujúci, že, násilné vysielanie môže vplyvať aj pozitívne.

Ako sme priblížili aj v teoretickej časti, násilie sa vystupňuje práve v dospelosti, ktoré sa ale začína prejavovať už v detskom veku na základe toho, že deti často pozerajú programy s násilnou tematikou (Hlinková, 2007).

8.1 Závery pre prax

Problematika vysielania agresivity a násilia v spravodajstve televízneho vysielania je závažná, ale na základe získaných výsledkov si myslíme, že nie je neriešiteľná. Preto následovne odporúčame pre prax:

a) vo vzťahu k starším ľuďom

aby im boli viac ozrejmené a vysvetlené pojmy agresia, agresivita a násilie, na základe čoho by mohli neskôr usúdiť príčiny a následky prejavovaného správania a vedieť to následne priradiť k trestným činom,

b) vo vzťahu k organizácii vysielania

aby sa negatívne správy skrátili vo vysielacom priestore a takiež sa presunuli v spravodajskom bloku na neskoršiu dobu, tj. po odvysielaní pozitívnych správ, čím by sa vytvorila spravodajstvu celkovo iná zvláštna vlastnosť. Tým by mohla diváka motivovať skutočnosť vypočutia a prevzatia si pozitívnych udalostí na začiatku vysielania, čím by nemusela byť ani ovplyvnená v priemere každodenná sledovanosť jednotlivých televíznych staníc,

c) vo vzťahu k programovej štruktúre

do programovej štruktúry vysielania by bolo vhodné zaradiť aj iný formát spravodajstva a dať priestor hlavne pozitívnej tematike. Keďže na televíznom mediálnom trhu na Slovenku a v Čechách sú niektoré spravodajské relácie priamo venované len na tému agresivita, násilie a kriminalita, preto navrhujeme, aby niektoré televízne kanály čo najviac informovali o tzv. „dobrých správach“. Tým by sa hlavne zabránilo negatívnemu vplyvu pôsobenia u starších dikávov,

d) vo vzťahu k rodičom a deťom

aby rodičia detí dbali na správny výber konkrétnych vysielacích programov, aby predišli sledovanosti a osvojovaniu si propagačných násilných tém, čím môžu v budúcnosti zabrániť prejavom agresie a násilia v dospelom veku. Tejto problematike by sa malo dostatočne venovať aj na výuke mediálnej výchovy na všetkých základných a stredných školách.

ZÁVER

Diplomovou prácou sme mali snahu ozrejniť problematiku agresivity a násilia v spravodajstve televízneho vysielania. Snažili sme sa poukázať na násilnosť, ktorá je každodenne odvysielaná v spravodajstve televízneho vysielania a tým núti predovšetkým televíznych divákov aby si prinajmenšom zasadli, pozreli a vypočuli spravodajské informácie. Preštudovaním potrebných bibliografických zdrojov sme problematiku na určenú tému rozpracovali v teoretickej časti tejto diplomovej práce. Priblížili sme podrobnejšie históriu vysielacieho média, vymedzili sme základne pojmy agresie, agresivity a násilia. Charakterizovali sme spravodajstvo televízneho vysielania, jej vplyv a poukázali sme na negatívne stránky spravodajstva. Praktickú časť sme rozpracovali za pomoci empirického prieskumu, ktorým sme zistili o agresivite a násilí v spravodajstve televízneho vysielania.

Preto si v závere dovoľíme potvrdiť, že sa nám podarilo splniť cieľ našej diplomovej práce a podarilo sa nám dosiahnuť dobré závery. Chceli sme zistiť či televízny divák všeobecne sleduje televízne spravodajstvo a či násilie odvysielané v televíznom spravodajstve má na publikum pozitívny alebo negatívny vplyv a ďalej, či sú násilné informácie vysielané za účelom zvýšenia sledovanosti u diváka.

Výsledky nás neprekvapili, len nás utvrdili, čo sme predpokladali. Zaujímavosťou je, že televízny divák si môže sám určiť výber spravodajstva jednotlivých televíznych staníc, aby sa dozvedel potrebné informácie z domova a zo sveta, ale napriek tomu je to poväčšine len dôvod násilných správ, ktoré negatívne vplyvajú hlavne na strašiu vekovú populáciu.

Televízne spravodajské vysielanie sa radí ku informačnému, ale aj k oddychovému žánru, preto nemôžeme tvrdiť, že nám ponúka a nás informuje len o zlých a násilných správach. Stále je veľa programov, ktoré nás informujú, vzdelávajú a spoločensky posúvajú. Bez spravodajstva by sme neboli ale informovaní o iných krajinách, zaujímavých veciach a ľuďoch. Všetci by sme si želali, aby prinášané správy boli len a len pozitívne a pre nás prospešné. Záleží to len na nás ľuďoch ako sa budeme medzi sebou správať, tolerovať a hlavne, by sme mali zabraňovať prejavom agresie a násilia vlastným konaním.

Výsledky našej diplomovej práce môžu byť preto prínosom pri ďalších konkrétnejších a odbornejších spracovaniach výskumov danej problematiky.

ZOZNAM POUŽITÝCH ZDROJOV

Zoznam použitých slovenských a českých zdrojov

- BOURCET, S. a I. GAVILONOVÁ. *Šikana ve škole, na ulici, doma - Jak bránit své dítě*. 1. vyd. Praha: Albatros, 2006. ISBN 80-00-01552-8.
- BURTON, G. a J. JIRÁK. *Úvod do stúdia medií*. 1. vyd. Brno: Barrister & Principal, 2001. ISBN 80-85947-67-6.
- ČERMÁK, I. *Lidská agrese a její souvislosti*. 1. Vyd. Žďár nad Sázavou: Fakta, 1998. ISBN 80-902614-1-8.
- DAHLKE, R. *Agrese jako šance*. 1. vyd. Praha: Ikar, 2005. ISBN 80-249-0546-9.
- FALTIN, M. *Delikvencia detí a mladistvých*. 1. vyd. Bratislava: SPN, 1972. ISBN 67-127-72.
- GAVORA, P. *Výskumne metódy v pedagogike*. 2. vyd. Brno: Paido, 2010. ISBN 978-80-7315-185-0.
- HALASOVÁ, A. *Násilná kriminalita v podmienkach Slovenskej republiky*. Diplomová práca, Žilina: Žilinská univerzita, Fakulta špeciálneho inžinierstva, Katedra manažmentu, 2006.
- HLINKOVÁ, D. *Sociológia a prostriedky masovej komunikácie*. 1.vyd. Bratislava: Univerzita Komenského Bratislava, 2007. ISBN 978-80-223-2275-1.
- HOCHELOVÁ, V. *Hodnotové aspekty masmédií s dôrazom na spravodajstvo*. 1. vyd. Nitra: Univerzita Konštantína Filozofa, 2011. ISBN 978-80-8094-696-8.
- HRADISKÁ, E. *Psychológia a reklama*. 1. vyd. Bratislava: Elita, 1998. ISBN 80-80-44-051-4.
- ILOWIECKY, T., M. a P. ŽANTOVSKÝ. *Manipulace v médiích*. 1. vyd. Praha: Univerzita Jána Amose Komenského, 2008. ISBN 978-80-86723-50-1.
- JENÖ, R. *Strach, hnev a agresivita*. 1. vyd. Bratislava: Slovenské pedagogické nakladateľstvo, 1982.
- JIRÁK, J. *Úvod do studia medií*. 1. vyd. Brno: Barrister & Principal, 2003. ISBN 80-85947-67-6.

- JIRAK, J. a B. KÖPPLOVÁ. *Média a spoločnosť: stručný úvod do štúdia médií*. 1. vyd. Praha: Portál, 2003. ISBN 80-7178-697-7.
- JIRAK, J. a B. KÖPPLOVÁ. *Média a spoločnosť: stručný úvod do štúdia médií a mediálna komunikácia*. 2. vyd. Praha: Portál, 2007. ISBN 970-80-7367-287-4.
- KÁRIKOVÁ, S. a M. ŠIMEGOVÁ. *Šikanujúci žiak v školskom prostredí*. 1. vyd. Zvolen: UMB, Pedagogická fakulta Banská Bystrica, 2008. ISBN 978-80-8083-680-1.
- KOLÁŘ, M. *Bolest šikanovaní*. 2. vyd. Praha: Portál, 2005. ISBN 80-7367-014-3.
- KOPČANOVÁ, D. *Význam prevencie agresívneho správania u detí a mladistvých*. In *Vychovávateľ*. 2004, roč. L (50), č. 6, s. 6 – 8.
- LOVÁŠ, L. *Agresia a násilie*. 1. vyd. Bratislava: Ikar, 2010. ISBN 978-80-551-1752-2.
- MATULAY, S. *Kompendium metodológie sociologických výskumov*. 2. vyd. Prešov: Kušnír, 2011. ISBN 978-80-89404-23-0.
- McQUAIL, D. *Úvod do teórie masovej komunikácie*. 1. vyd. Praha: Portál, 1999. ISBN 80-7178-200-9.
- McQUAIL, D. *Úvod do teórie masovej komunikácie*. 2. vyd. Praha: Portál, 2009. ISBN 978-80-7367-574-5.
- MEYROWITZ, J. *Všude a nikde. Vliv elektronických médií na sociálnu chovaniu*. 1. vyd. Praha: Univerzita Karlova v Prahe, 2006. ISBN 80-246-0905-3.
- NEKONEČNÝ, M. *Lidské emoce*. 1. vyd. Praha: Académia, 2000. ISBN 80-200-0763-6.
- ONDREJKOVIČ, P. a kol. *Sociálna patológia*. 1. vyd. Bratislava: Veda, 2000. ISBN 80-224-0616-3.
- ONDRUŠKOVÁ, E. *Sociálna psychológia*. 1. vyd. Bratislava: Občianske združenie sociálna práca, 2006. ISBN 80-89185-22-3.
- OSVALDOVÁ, B. a kol. *Zpravodajství v médiích*. 1. vyd. Praha: Karolinum, 2005. ISBN 80-246-0248-2.
- PETRANOVÁ, D. *Násilie v médiach*. 1. vyd. Trnava: Univerzita sv. Cyrila a Metoda, 2013. ISBN 978-80-8105-488-4.
- PONĚŠICKÝ, J. *Agrese, násilí a psychologie moci*. 1. vyd. Praha: Triton, 2004. ISBN 80-7254-593-0.

- PRIKRYL, O. *Mladiství v trestnom práve*. 1. vyd. Bratislava: Univerzita Komenského, 2006. ISBN 80-7160-207-8.
- ŘÍČAN, P. a D. PITHARTOVÁ. *Krotíme obrazovku*. 1. vyd. Praha: Portál, 1995. ISBN 80-7178-084-7.
- SPURNÝ, J. *Psychologie násilí*. 1. vyd. Praha: Eurounion, 1996. ISBN 80-85858-30-4.
- SUCHÝ, A. *Mediální zlo – mýty a realita*. 1. vyd. Praha: Triton, 2007. ISBN 978-80-7254-926-9.
- THOLTOVÁ, J. a kol. *Násilie v škole*. 1. vyd. Nižná: OZ ICM Orava, 2000. ISBN 80-967747-6-X.
- TRAMPOTA, T. *Zpravodajství*. 1. vyd. Praha: Portál, 2006. ISBN 80-7367-096-8.
- TURAN, V. *Mladý člověk a televizní spravodajstvo*. 1. vyd. Bratislava: Iuventa, 2002. ISBN 80-88893-87-9.
- VÁGNER, I. *Televizní zprávy – psychický nátlak?*. 1. vyd. Praha: Argo, 1997. ISBN 80-7203-160-0.
- VERNER, P. *Zpravodajství a publicistika*. 1. vyd. Praha: Univerzita Jána Amose Komenského. ISBN 978-80-86723-37-2.

Zoznam použitých internetových zdrojov

- FILKO, J. *Je brutalita na obrazovkách nevyhnutnosťou?* [online]. 16.08.2004 [cit. 2016-03-06]. Dostupné z: <http://medialne.etrend.sk/televizia/je-brutalita-na-obrazovkach-nevyhnutnostou-.html>
- MLČOCH, Z. *Co je to hostilita, obcese, somatizace, atd.* [online]. 2000 – 2015 [cit. 2015-12-15]. Dostupné z: <http://www.zbynekmlcoch.cz/informace/vztahy/psychologie-vztahy/psychologicky-minislovník-co-je-to-anxiozita-hostilita-obsese-somatizace-atd>
- ŠTATISTICKÝ ÚRAD SLOVENSKEJ REPUBLIKY. *Kriminalita a násilie, súdnictvo*. [online]. 31.12.2015 [cit. 2015-10-15]. Dostupné z: <https://slovak.statistics.sk/wps/portal/ext/themes/living/gender/indicators>

WIKIPEDIA. *Násilie*. [online]. 10. 02. 2015 [cit. 2015-10-06]. Dostupne z:
<https://sk.wikipedia.org/wiki/N%C3%A1silie>

ZODPOVEDNE. *Agresivita* [online]. [cit. 2015-12-15]. Dostupné z:
<http://zodpovedne.sk/kapitola2.php?kat=nasilie>

ZOZNAM TABULIEK A GRAFOV

Zoznam tabuliek

Tabuľka 1: Výberová vzorka podľa pohlavia	52
Tabuľka 2: Výberová vzorka podľa vekovej kategórie a pohlavia	52
Tabuľka 3: Prehľad vymedzenia pojmu agresivity a násilia u respondentov	55
Tabuľka 4: Agresivita a násilie hodnotené ako trestný čin	56
Tabuľka 5: Vysielanie a agresivite a násilí v každom spravodajstve televízneho	58
Tabuľka 6: Sledovanosť spravodajstva televízneho vysielania	60
Tabuľka 7: Aka častá je sledovanosť televízneho spravodajstva u respondentov	61
Tabuľka 8: Zámerné vysielanie o agresivite a násilí v televíznom spravodajstve	62
Tabuľka 9: Informovanosť prostredníctvom spravodajstva	64
Tabuľka 10: Pôsobenie agresie a násilia v spravodajstve televízneho vysielania	65

Zoznam grafov

Graf 1: Objasnené trestné činy a činy spolu do roku 2014 v SR	40
Graf 2: Výberová vzorka podľa pohlavia	52
Graf 3: Výberová vzorka podľa vekovej kategórie	53
Graf 4: Vymedzenie pojmu agresivity a násilia u respondentov	56
Graf 5: Agresivita a násilie radená ku trestným činom	57
Graf 6: Agresivita a násilie v každom spravodajstve televízneho spravodajstva	59
Graf 7: Percentuálne vyhodnotenie sledovanosti televízneho spravodajstva z celkového počtu respondentov	60
Graf 8: Celkový prehľad ako často sledujú televízne spravodajstvo respondenti	62
Graf 9: Zámerné vysielanie o agresivite a násilí v televíznom spravodajstve	63

Graf 10: Informovanosť televíznym spravodajstvom	65
Graf 11: Pôsobenie agresie a násilia v televíznom spravodajstve na respondentov	66
Geaf 12: Negatívne pôsobenie spravodajského vysielania podľa vekovej kategórie	67

ZOZNAM PRÍLOH

Príloha A – Dotazník.....	66
---------------------------	----

PRÍLOHY

Príloha A – Dotazník

DOTAZNÍK

Volám sa Mária Arendáriková a som študentkou II. ročníka univerzity J. A. Komenského Praha, študijného odboru Mgr. Andragogika.

Chcela by som Vás požiadať o vyplnenie dotazníka, ktorý bude na základe vyhodnotených údajov spracovaný v diplomovej práci s názvom: **Agresivita a násilie v spravodajstve televízneho vysielania.**

Dotazník je anonymný, preto nemusíte uvádzať Vaše meno, ani priezvisko.

1. Pohlavie: a) žena

b) muž

2. Aký je Váš vek: a) 20-40

b) 41-60

c) 61- a viac

3. Sledujete pravidelne spravodajstvo televízneho vysielania:

a) áno

b) nie

4. Ak áno, tak ako často:

a) každý deň 1-krát a viac

b) 3-krát do týždňa

c) 1-krát do týždňa

d) príležitostne

e) nesledujem

5.Z akého dôvodu a záujmu si myslíte, že informuje televízne spravodajstvo na publikum?

- a) *mať všeobecný prehľad*
- b) *dozvedieť o pozitívnych udalostiach u nás a vo svete*
- c) *dozvedieť o negatívnych udalostiach u nás a vo svete*
- d) *iné*

6. Máte predstavu, čo znamená pojem agresivita a násilie:

- a) *áno*
- b) *nie*

7. Myslíte si, že je v každom spravodajskom vysielaní informovane o agresivite a násilí:

- a) *áno myslím*
- b) *nie nemyslím*
- c) *nemám prehľad*

8. Je podľa Vás agresivita a násilie radené ako trestný čin?

- a) *áno*
- b) *nie*
- c) *neviem posúdiť*

9. Ako pôsobia na Vás vysielané oznamy o agresivite a násilí v spravodajstve televízneho vysielania?

- a) *pozitívne*
- b) *negatívne*
- c) *nemám žiadne pocity*

10. Myslíte si, že vysielanie o agresivite a násilí v spravodajstve televízneho vysielania je zámerná, aby sa zvýšila sledovanosť televíznych staníc?

a) *áno*

b) *nie*

c) *neviem*

Ďakujem za vyplnenie dotazníka.

BIBLIOGRAFICKE ÚDAJE

Meno autora: Mária Arendáriková

Odbor: Mgr. Andragogika

Forma štúdia: kombinovana

Názov práce: Agresivita a násilie v spravodajstve televízneho vysielania

Rok: 2016

Počet strán textu bez príloh: 178

Celkový počet stran príloh: 4

Počet titulov slovenských a českých použitých zdrojov: 38

Počet titulov zahraničných použitých zdrojov: 0

Počet internetových zdrojov: 5

Počet ostatných zdrojov: 0

Vedúci práce: PaedDr. Milan Hejdiš, Phd.
