

UNIVERZITA TOMÁŠE BATI VE ZLÍNĚ

FAKULTA HUMANITNÍCH STUDIÍ

Institut mezioborových studií Brno

BAKALÁŘSKÁ PRÁCE

Český Krumlov 2010

Miroslav Valha

UNIVERZITA TOMÁŠE BATI VE ZLÍNĚ

FAKULTA HUMANITNÍCH STUDIÍ

Institut mezioborových studií Brno

Vliv reklamy na kriminalitu mládeže

BAKALÁŘSKÁ PRÁCE

**Vedoucí bakalářské práce:
PhDr. Alena Pišková**

**Vypracoval:
Miroslav Valha**

Český Krumlov 2010

Prohlášení

Prohlašuji, že jsem bakalářskou práci na téma „Vliv reklamy na kriminalitu mládeže“ zpracoval samostatně a použil jsem literaturu uvedenou v seznamu použitých pramenů a literatury, který je součástí této bakalářské práce.

Elektronická a tištěná verze bakalářské práce jsou totožné.

Český Krumlov 9. 4. 2010

.....
Miroslav Valha

Poděkování

Děkuji paní PhDr. Aleně Plškové za velmi užitečnou metodickou pomoc, kterou mi poskytla při zpracování mé bakalářské práce.

Také bych chtěl poděkovat řediteli ZŠ Linecká v Českém Krumlově panu Mgr. Karlu Dvořákovi za vstřícnost a ochotu se podělit o zkušenosti a za umožnění průzkumu. Dále bych chtěl poděkovat kamarádce Lence za morální podporu a pomoc, která mi byla poskytnuta při zpracování mé bakalářské práce

Miroslav Valha

Obsah

Úvod	2
1. Média přinášející reklamu	4
1.1 Druhy a typy médií	6
1.1.1 Noviny, časopisy, knihy	6
1.1.2 Počítač, internet	8
1.1.3 Rozhlas	9
1.1.4 Televize	10
1.2 Dílčí závěr	12
2. Kriminalita mládeže	13
2.1 Charakteristika trestné činnosti mládeže	14
2.2 Rodinné prostředí a kriminalita	17
2.3 Školní prostředí	19
2.4 Volný čas	21
2.5 Vzory a ideály	22
2.6 Dílčí závěr	23
3. Praktická část	24
3.1 Cíl a metody průzkumu	24
3.2 Charakteristika výběrového souboru	25
3.3 Vlastní průzkum	25
4. Výsledky průzkumu	26
4.1 Vyhodnocení a zpracování získaných dat	26
4.2 Prezentace výsledků a ověření stanovených hypotéz	42
4.3 Dílčí závěr	43
Závěr	44
Resumé	45
Anotace	45
Literatura a prameny	47
Přílohy	49

Úvod

Jako téma mé bakalářské práce jsem si zvolil Vliv reklamy na kriminalitu mládeže a to proto, že vychovávám jedenáctiletou dceru Terezu. Chtěl bych ukázat, že působení reklamy na děti a mládež má negativní podobu, zjistit míru agresivity a sklon ke kriminalitě dětí ovlivněných reklamou. Sama reklama je nebezpečná tím, že je zrádná, na první pohled není násilná ani pohoršující a lidé v ní představují dokonalost. Dítě si tyto vzory vezme za normální a podle nich se chová. Proto bych rád zjistil, co děti vede k tomu, aby se náplň reklamy stala jejich vzorem.

Přirozený zájem o to jak působí stovky komerčních sdělení na mladé příjemce, kde je velká obava o dlouhodobé následky, které může takové sdělení mít. Je to proto, že úroveň televizních reklam je vysoká, někdy vyšší než ostatní televizní pořady, i ta skutečnost, že se reklamy těmto pořadům podobají. Dále vědomí, že reklamní sdělení působí nepřímo – přes prezentaci jiných hodnot než je vlastnost nabízeného produktu (příliš sexy reklamy, podprahové symboly).

V průběhu života mé dcery bylo krásné sledovat, jak se vyvíjí, učí a poznává svět. Nebylo těžké si všimnout, jak její osobnost ovlivňují různé subjekty. S nástupem do školky a školy jí do života postupně pronikala mediální a virtuální realita. Narodila se již do světa, který je ve velké míře vytvářen mediálně, proto její psychický, sociální vývoj a zrání probíhá v takto pozměněném světě. Od jejího narození jsou média vedle rodiny významným socializačním institutem. Organizace a prožívání jejího volného času se systémově měnila. Od prosté hry s panenkami a jinými hračkami, malování, poslouchání pohádek před spaním čím dál tím více projevovala zájem o televizi a postupem času i internet a jiná média.

Na příkladu své dcery jsem poznal, že společnost si neuvědomuje závažnost působení médií. Nejde jen o vliv jednoho pořadu, jednoho média, ale o všeobecný tlak

všech médií, kde je velký podíl reklamy, kde reklama působí celkově, to znamená všemi hodnotami, které prezentuje: estetikou a intelektuální úrovní svých produktů, životním způsobem a umělým světem. Toto vše ovlivňuje způsob komunikace a vnímání. Reklama nelže, ale klame. Vsugeruje nám výhodnost pouze na základě ceny. Cílem je vyvolat nespokojenost a láká nás zbavit se starého produktu a nahradit jej lepším. Reklama se snaží manipulovat k názoru, že spokojenosti můžeme dosáhnout pouze jejím naplněním. Reklama je nebezpečná tím, že je zrádná. Ukazuje se v ní, že lidé jsou dokonalí. Dítě si toto vezme za normální vzor, bude se podle něj chovat a uvěří, že toto je smyslem života.

Pozoroval jsem, že i má dcera byla vtažena do umělého světa reklamy a médií, protože každý člověk dnes musí pracovat s informacemi, a proto k nim musí mít přístup. Má též právo na svobodný názor a vyjádření. Z těchto důvodů přijímá informace prostřednictvím mnoha médií bez ohledu na jakékoli hranice. Toto nazýváme mediální komunikace. Neodmyslitelnou součástí života člověka dnešní doby se stala práce s internetem, sledování televize, poslech rozhlasu, čtení novin, časopisů, knih i návštěva kina.

V prvé řadě bych se chtěl zaměřit na obecnou charakteristiku médií, která přinášejí reklamu a ovlivňují tak děti a mládež. Budu pracovat se spolužáky své dcery, kde provedu kvantitativní průzkum - dotazníkové šetření. Ve svém průzkumu jsem se zaměřil na to, jak reklama zasahuje, ovlivňuje a formuje osobnost dětí a mládeže.

1. Média přenášející reklamu

„Pojem médium byl odvozen z lat. médium, tj. prostředí a obecně pod pojem médium zahrnujeme jakoukoli skutečnost, která nám zprostředkovává jinou skutečnost, v procesu přenosu informací mezi dvěma subjekty funguje médium doslova jako prostředník, přenašeč, který zprostředkovává informaci určitému příjemci či skupině příjemců. Jinými slovy řečeno, médium je specifická forma transferu informací. Obecně lze jakýkoli komunikační prostředek prohlásit médiem.“ (Petříková, Štěpánek, 1998 s. 11) To je tedy citace odborná. Ale z mého hlediska a ve zkratce řečeno jsou média hromadné sdělovací prostředky zabývající se produkcí, reprodukcí, distribucí a znalostí různých symbolů, které mají význam pro předávání informací v lidském světě.

V mezilidské komunikaci spadají masová média do celospolečenské komunikace. Tato se vyznačuje tak, že je potenciálně dostupná všem příslušníkům společnosti. Příjemci se většinou neznají, tvoří tedy masu, proto je nazýváme masová média, masmédia. Nejčastěji jsou vnímána jako nadřazený pojem pro noviny, časopisy, knihy, pozemní, kabelové i satelitní televizní a rozhlasové vysílání, nahrávky, filmy a internet. Ten můžeme ale zařadit do médií síťových, kde můžeme být příjemci i podavateli.

Média nabízejí relativně ucelenou představu o světě, tzv. mediální realitu. Uspořádání mediální reality je často určeno pravidly, kterými jsou objektivita, vyváženost, míra předpojatosti. Při popisu obsahu mediálních produktů stojí vedle sebe mediální a sociální skutečnost, ty se navzájem doplňují, ovlivňují, konkurují si a popírají se. Mediální skutečnost má ale čím dál významnější postavení, protože právě média nám poskytují velký díl reality. Díky tomuto procesu může dojít k mediální mystifikaci. Mediální sdělení je i nositelem ideologie.

Masová média podávají „svědectví“ o dění ve světě, umožňují vyjasnění názorů, mají schopnost mobilizovat, zabavují, poučují, vzdělávají a přesvědčují nás o správnosti určitého chování, platnosti norem a hodnotové orientaci. Zprostředkovávají veřejnému publiku zprávy veřejné, komerční, osobní, specifické, kulturní a jiné. Masmédia nabízejí vlastní deskripci světa, předepisují nám, co máme přijmout, také výklad světa zjednodušují, odkazují nás jen na známé a obvyklé a upřednostňují žádané. „Protože masmédia popisují do šíře, nikoliv do hloubky, přináší s sebou jejich strukturování představ o realitě roztěkanost, nestálost vnímání a zapamatování, otupování krátkodobé paměti, ve svých důsledcích vychovávají k extroverzi, rychlosti, pohotovosti, nestálosti a neuroticismu, na úkor introverze, důkladnosti, rozmyšlení, stálých zúžených zájmů a psychického klidu.“ (Vybíral, 2000, s. 142). Pokud budeme vycházet z předpokladu, že na masová média a jejich účinky nelze nahlížet izolovaně od sociálního kontextu, pak není pochyb o tom, že masová média představují důležitou proměnou v procesech sociální změny. Takto utvářejí nejen dospělou populaci, ale i dětské účastníky.

Veškerá moc médií spočívá v tom, že jejich podíl na výchově jedince, na jeho včlenění do společnosti je obrovský. Reklama v médiích a nové informační technologie mají především velký vliv na děti a mládež, které ještě nemají přesně utvořené postoje a názory na život. Reklamy utvářejí a formují to, co se dítě dozvídá o okolním světě a mohou být i hlavním zdrojem názorů a myšlenek, které se k nim dostávají. Média se svou náplní stávají i kulturními institucemi, rozvíjejícími duchovní, umělecké i jiné vložky, především dětí a dospívající mládeže. Otázky a úlohy médií v životě dětí, v jejich vztahu k televizi, rozhlasu, tisku a ostatním se v poslední době věnuje zvýšená pozornost, jelikož právě děti a mládež bývají oprávněně považováni za cílovou skupinu, na níž reklama a nové technologie působí.

Předpokládanou funkcí médií by mělo být odstranění nudy, naplnění volného času zábavou, podněcování aktivity, získávání všeobecných znalostí a poznávání životního prostředí. Bohužel tyto dobré myšlenky jsou zhusta doplňovány reklamou. Proto je nepřehlédnutelné, jak negativní stránky mediálních prostředků se odrážejí v životě dětí a mládež.

1.1 Druhy a typy médií

1.1.1 Noviny, časopisy, knihy

Noviny – jsou základním publicistickým periodikem. Jsou to tiskoviny, které jsou tištěné zpravidla na méně kvalitním papíře a vycházejí v krátkých časových intervalech. Může to být i několikrát denně, denně, týdně, jednou za dva týdny i za měsíc. Jejich hlavním účelem je doručení aktuálních zpráv nejrůznějších oblastí jak například a především z politiky, ekonomiky, společnosti, zábavy, kultury a sportu. Noviny dělíme na lokální, které jsou základním médiem, celostátní, které zpracovávají širší informace pro populaci celého státu a nadnárodní s rozšířenými distribučními sítěmi po celém světě jako např. The New York Times.

Proto, aby tyto periodika mohla dobře ekonomicky prosperovat a vydělávat, jsou financována ze dvou třetin reklamou a inzercí. Tato praktika se týká převážně bulvárního tisku. „Bulvární tisk jsou nereseriozní noviny, které nedodržují etická pravidla a nadbíhají vkusu nenáročných čtenářů. Neobsahuje mnoho textu, úhel pohledu či cíle útoku jsou stále stejné. Obsahuje mnoho barevných fotografií.“ (Hvízd'ala, 2003, s. 268) Bulvární tisk může u mládeže ohrožovat morální stránku a náhled na skutečný život. V tomto tisku se setkáváme s vulgaritami, obscénnostmi, navozováním paniky, kde nejsou analýzy vztahů, jsou zveličovány senzace, dvojsmysly, násilnosti apod. Bulvární tisk je vždy první na pultech a na viditelných místech. Proto by rodiče měli dbát toho, že své děti poučí, že zprávy z takového typu novin není třeba brát zcela vážně. Dalším plusem pro bulvární tisk je bohužel to, že je levnější než kvalitnější noviny denního tisku. Jak již bylo zmíněno je vybaven četnými barevnými fotografiemi a tak působí jako magnet zvláště na mladší populaci. Tyto fotografie bývají zpravidla doplněny velkými titulky se zavádějící informací, a proto musí být čtenář na pozoru, alespoň částečně se orientovat v současném dění a mít určitý přehled, aby se nedal snadno oklamat. Dalším nebezpečím denního tisku

je i inzerce. Proto by rodiče měli dbát na to, aby dítě na jakýkoliv inzerát z bezpečnostních důvodů neodpovídalo nebo se jím jakkoli zaobíralo. Noviny nám poskytují diskontinuální pestrost a nelad obvyčejného života. McLuhan ve své knize Jak rozumět médiím uvádí, že tisk plní svoji funkci nejlépe tehdy, když odhaluje stinné stránky života. Dle něj je opravdová zpráva špatná zpráva – špatná zpráva o někom, nebo špatná zpráva pro někoho. (McLuhan, 1991 s. 193)

Časopisy – časopis je pokročilejším periodikem novin, je tištěn na kvalitním papíře s velmi precizní grafickou úpravou, a proto je jeho cena mnohem vyšší. Nepřináší čerstvé aktuální informace, protože vychází většinou jednou týdně, jednou měsíčně nebo nepravidelně. Časopis je zaměřen většinou na užší cílovou skupinu čtenářů z důvodu své specializace a zaměření na různé obory činností, zájmů a zábavy. Časopisy nejvýrazněji ovlivňují mládež, protože většina časopisů je zaměřena právně na ni, proto články a rady jsou psány rozkazovací formou, a tak je jí nenápadně podsouváno mnoho cizích postojů a názorů. Je zde velký vliv reklamy, a to v oblasti módy a současných technických trendů. Časopisy propagují moderní výrobky a ty jsou na jejich stránkách prezentovány jako ty nejdokonalejší a pro čtenáře ty nevhodnější. Z těchto důvodů by se mělo dbát na to, aby si vždy čtenář zachoval zdravý úsudek, čistou hlavu a svůj názor.

Knihy – „ S oslabením role knihy nepřicházíme jen o její přednosti, ale zároveň i o všechny způsoby, jimiž si nás podrobila.“ (Blažek, 1995, s. 89) Knihovní věda definuje knihu jako monografii pro její rozlišení od periodických publikací, jako jsou noviny nebo časopisy. Kniha má přesně stanovenou podobu a každá její součást má svůj název, podle těchto kritérií se dá rozpoznat kvalitní knihařská a nakladatelská práce. Může být tištěna na nejdražších ručních papírech a vázána v kožených zlacených deskách, ale její obsah a náplň nemusí být tak cenný. Kniha by nám měla zprostředkovat vědění, vzdělání, kulturu, ale i zábavu. Je jedním z nejstarších médií pro uchování a předávání informací, a proto může být tak cenná. Z mého hlediska kniha rozvíjí u dětí fantazii, slovní zásobu a svou absencí reklamy je tudíž nejméně negativně ovlivňuje

1.1.2 Počítač a internet

Díky digitalizaci dochází k velkému rozmachu a rozvoji komunikačních sítí. Nejvýznamnější z nich je internet a s ním spojené webové stránky, které umožňují vyhledávání a šíření aktuálních informací on-line s poměrně nízkými náklady. Je to celosvětová počítačová síť, která je propojena kabelem nebo bezdrátovým spojením.

Umožňuje přístup do vzdálených center, kde můžeme vyhledávat a kopírovat údaje, programy, číst elektronické dokumenty, požívat videozáznamy. „Internet není klasické masmédiem. Je to prostředí, v němž mohou být realizovány různé typy komunikace. Jeho zvláštností je vysoká míra interaktivity, možnost podílet se na produktu a provádět korekci. Komunikace v internetovém prostředí dovoluje aktivnější nakládání s produktem, z něhož můžeme vybírat jako příjemci jen to, o co máme opravdu zájem – dovoluje nám tedy větší míru určení nabízeného produktu. Nabídka na internetu totiž není strukturovaná, je snadno dostupná. Pomocí vyhledávače, po zadání klíčových slov můžeme získat sdělení velmi nesourodá, rozličná.“ (Jirák, Köpplová 2003, s. 86)

Internet není omezen časem ani prostorem, jen technickou dostupností sítě. V tomto prostoru vznikají nová média jako interpersonální (pošta), skupinový (chaty) až k veřejné komunikaci (deníky, rozhlasové stanice, www stránky). Vznikají produkty, které vycházejí z tradičních médií, jelikož tisk i rozhlas nabízejí i internetové verze.

Internet není organizován jednou organizací, nemá konkrétního vlastníka, není daná jednoznačná struktura a ani není významně regulován. „Internet je multijevištěm paralelismu, souběhů dat, faktů, let, letopočtů, který v mnoha směrech ruší cit pro chronologii nebo i zcela převrací.“ (Vybíral, 2000, s. 122)

Pomocí počítačů je zprostředkována internetová komunikace. Díky nim můžeme zpracovávat data, pracovat s různými programy a sledovat různá multimédia. V současnosti je kladen velký důraz na počítačovou gramotnost. Tento požadavek se jeví jako veliký problém, zvláště pro starší populaci. Děti a mladé lidi většinou práce s počítači baví a tím je motivuje i k učení a lepším výkonům v práci. U těchto věkových skupin hrozí, že ze záliby se stane závislost, kde dochází k nedostatku sportovního vyžití a tím k obezitě, může být zvýšena i agresivita, tím pádem se zhoršuje psychický a zdravotní stav a zhoršuje se životní styl.

1.1.3 Rozhlas

Takzvaně elektronická masová média začala působit až začátkem 20. století. Rozšiřování rádiového vysílání postupovalo docela rychle a v průběhu několika let vedlo k poměrně rozšířenému přijímání rozhlasu v převážně západních zemích. Rozhlas je považován za horké médium. Horká média intenzivněji působí na emoce člověka a obvykle na více jeho smyslů. Spolupůsobí nejenom mluvené slovo a obraz, ale i zvuky a hudba. (<http://encyklopedie.seznam.cz>) Rozhlasové programy mohou být, většinou bez větších problémů, poslouchány i za hranicemi dané země. „Nasazení rušiček je dražší než vysílání vlastních programů a není vždycky účinné. Utajování politických trendů a reálných situací ve vztahu k jiným společenským systémům, i při vedení války se stává obtížnějším. Čím více je všechno závislé na všem, čím menší se stává zeměkoule, tím důležitější je zpráva, informace.“ (Kraus, 1991, s. 41)

Důležitá přednost rozhlasu je v tom, že si posluchač k vysílanému obsahu dodá své vlastní obrazy a představy. Při poslechu aktivuje a rozvíjí svou fantazii. Rozhlas je výjimečný ve svém obrovském dosahu, snadné obsluze a téměř neomezené dostupnosti. V počátcích dobývání svého místa u celé populace můžeme uvést autentický příběh, který se odehrál ve Velké Británii na počátku 20. století při vyšetřování vraždy anglického továrníka. Tento příběh byl natočen a zpracován ve filmovém seriálu zabývajícím se

historií kriminalistiky pod názvem „Dobrodružství kriminalistiky“. Příběh ukazuje, jak se na základní informaci a díky nepravdivé interpretaci moderátorů a již zmíněné fantazii posluchačů z nešťastné náhody, kde dochází ke smrti továrníka, stává z viníka bestiální ozbrojený vrah.

V současné době rozhlas podsouvá a předává názory a podněty formou reklamy, působící hlavně na děti a mládež, kdy nakonec zaujímají ty postoje, které jsou jim neustále předkládány, aniž by si uvědomovali, že jsou manipulováni. Proto může být obsah informací pravdivý nebo smyšlený a má tu moc vyvolávat u posluchačů různé pocity. Na tomto má velký podíl reklama. V tom vidím negativní stránku, kterou na nás rozhlas působí.

1.1.4 Televize

Závažným vývojovým skokem byl přechod od rozhlasu k televizi. Televize je audiovizuálním médiem. Je to médium dynamické a aktuální. Bohužel v současné době je televize často využívána jako kulisa nejdne domácnosti. Televize se stala součástí naší kultury. Stala se zdrojem komunikace proto, že vše, co bylo odvysíláno, se stává námětem rozhovorů mezi lidmi, tedy i mezi dětmi a mládeží. Tvoří se společenství různých módních směrů, určitých trendů s mnoha přednostmi a nevýhodami jako je např. fotogenní scéna, pěkný vzhled a obratnost vystupování. Televizi můžeme nazvat špičkovým produktem mezi masovými médii, kde nám vyvstává otázka o skutečné hodnotě a významu televize v současné době, jestli působí ve smyslu kultury nebo proti ní. Stala se nebezpečnou zbraní technické civilizace, kde je používána reklama, která je nejčastěji založena na sloganu. Slogan dokola opakovaný ovlivní mysl a podvědomí dětského diváka. Úspěšný slogan je naplněním správného odhadu reakce. Slogany většinou působí na životní styl, fantazii, chtivost, nenasytost, sounáležitost, krásu, jistotu, sílu atd. O. Toscani uvádí 11 zločinů reklamy:

Zločin nesmírného plýtvání prostředky

Zločin společenské neúčinnosti

Zločin lži

Zločin vůči rozumu

Zločin podněcování nekalých myšlenek

Zločin zbožnění hlouposti

Zločin výlučnosti a rasismu

Zločin vůči občanskému míru

Zločin vůči jazyku

Zločin vůči tvůrčímu myšlení

Zločin loupeže

Mezi další „zločiny“ bychom mohli řadit podprahové reklamy. Působení neuvědomovaného tedy podprahové vnímání, má vliv na naše chování a dosud není dokázáno z jakých důvodů (Toscani, 1996, s. 15).

V reklamách je předváděno i násilí, které je často spojeno s maskulinní rolí a probíhá mezi neznámými osobami. Násilí může být smrtelné, ale jen výjimečně je ukazováno s utrpením a bolestí. Je interpretováno jak kladnými, tak i zápornými představiteli. Celkově je násilné chování v mnoha zábavných programech představováno jako normální a běžné chování. Násilí je většinou hodnoceno pozitivně a je tedy ukazováno a snadno vnímáno jako úspěšné. Proto většina dětí zaujímá k reklamám kladný postoj. Děti nemusí přímo napodobovat své oblíbené představitele reklamy, ale pravděpodobně si osvojují postoje, pravidla a hodnoty, jimiž se řídí.

Vliv reklamy není možné ignorovat, potkává nás naprosto všude a děti pod jejím vlivem nevidí svět zcela reálně. Její působení se odráží v jejich konání.

1.2 Dílčí závěr

Média a jejich vliv jsou nedílnou součástí dnešní doby. Jeden z největších vlivů na socializaci dnešních dětí má televize, zvláště ve vyspělých zemích o tom nemůže být pochyb. Děti a dospívající mládež sledují televizi ze všech médií nejvíce. Čas věnovaný sledování televize je ze všech mimoškolních aktivit nejdelší. Mnoho látky, kterou zpracovávají a produkují masmédiá, zejména televize a film, je svým obsahem plná násilí, sexuality a brutality. Federmanova zkoumání prokázala, že násilné obsahy mohou mít za určitých okolností na diváky nepříznivý dopad, zejména dětem mohou být škodlivé, pokud splňují těchto pět podmínek:

Násilník je prezentován jako přitažlivá osoba.

Násilí je prezentováno jako ospravedlnitelné.

Násilí není nijak potrestáno.

Pro oběti má násilné jednání minimální důsledky.

Násilí je prezentováno tím způsobem, že divákovi připadá realistické.

(Jirák, 2003, s. 189)

Média prezentují násilí jako podívanou a následné příčiny a důsledky zamlčují.

Pro dobré zisky všechna média přijímají závratné částky z reklamy a jsou pro ně ochotny udělat mnoho, proto přizpůsobují programy tak, aby obsáhly co největší část populace. Reklama předkládá věci, které ani nepotřebujeme, protože to, co potřebujeme, jsme schopni si najít i bez reklamy. V reklamě je důležité přesvědčit spotřebitele, aby si koupil méně kvalitní, dražší i zdraví škodlivé produkty. Aby reklama zapůsobila, musí být technicky zajímavější, aby v konkurenci pořadů uspěla. „Reklama je účelem, a podstatou, programy jsou jen vyplnění mezer.“ (Gitin, 2000, s. 128) Stává se mechanismem sociální kontroly, reguluje výdaje, přátele, volný čas a mnoho dalšího. Vsugeruje pohyblivé obrazy přímo do myšlení tak, aby tam vytvářely základ pro jakékoli další srovnání. Silně působí

hlavně na děti. „Reklamní průmysl se usilovně snaží vytvořit už v dětském nebo adolescentním věku – nejpozději v šestnácti letech – vazby na určité znaky zboží pro dospělé: Na banky, na auta, na elektronické přístroje, na potraviny. Dítě tak má zafixován neuvěřitelný počet tržních značek ještě dříve, než se naučí číst a psát“. (Beránková, 1998, s. 10-11) Reklama je zrádná, je násilná, ale je i pohoršující. Toto si dítě vezme za normální a podle nich se bude chovat a uvěří, že takové jednání je běžné. A odtud už je jen krůček ke kriminálnímu jednání.

K tomu též přispívá samostatné médium televize, kde názorně ukazuje násilí, smrt, její zlehčování. Mnohdy dochází k vulgárnímu zobrazování sexu a lidského těla (staří lidé) snižující lidskou důstojnost. V televizi je možno vidět agresivitu mnoha forem a to i v přímých přenosech z politických převratů v různých zemích, ze sportovních utkání atd. To vše je velmi špatným příkladem pro děti, protože dochází k možnému ohrožení jejich sociálního, morálního a psychického vývoje.

Na druhou stranu nutno říci, že televizí prezentované násilí a zlo nemusí mít jen destruktivní účinky, je-li dětem prezentováno v kontextu, jenž těmto projevům dává smysl v přijatém kulturním rámci. Dítě, jež na takový rámec není dostatečně napojeno, a o které se dospělý nezajímá pak může násilí považovat za legitimní způsob prosazování lidských potřeb (Matoušek, Kroftová, 1998, s. 102).

2. Kriminalita mládeže

Závažným sociálním jevem v řadě rozvinutých států je bezesporu kriminalita mládeže, a proto je právem často diskutovaným problémem. Jelikož žijeme v době, kdy jsou projevy dětí a mládeže naplněny agresivitou a neustále se zvyšující brutalitou, je proto potřeba hledat příčiny. Stoupá počet dětí a mladých lidí závislých na návykových látkách. Je velmi alarmující, že hranice věku těchto závislých se stále posunuje směrem k ranému

dětství. Je to z důvodu dnešní uspěchané a penězi ovlivněné společnosti, kdy výchova dětí a naplnění jejich volného času jsou závislé na schopnostech a možnostech rodičů.

2.1 Charakteristika trestné činnosti mládeže

Na prvním místě v řebříčku trestné činnosti dětí a mládeže dominuje majetková trestná činnost, převážně trestný čin „Krádeže“ dle § 205 TZ. Dle věku pachatele je patrný jistý rozdíl předmětu zájmu v způsobu páchaní i v organizování krádeží. Ve způsobu provedení se odráží organizovaný a kvalifikovaný přístup k páchaní trestné činnosti. Jistý rozdíl se ukazuje u skupiny mladistvých oproti nezletilým. Zde je patrný výběr předmětu zájmu a také posun v páchaní trestné činnosti jednotlivci nebo skupinou.

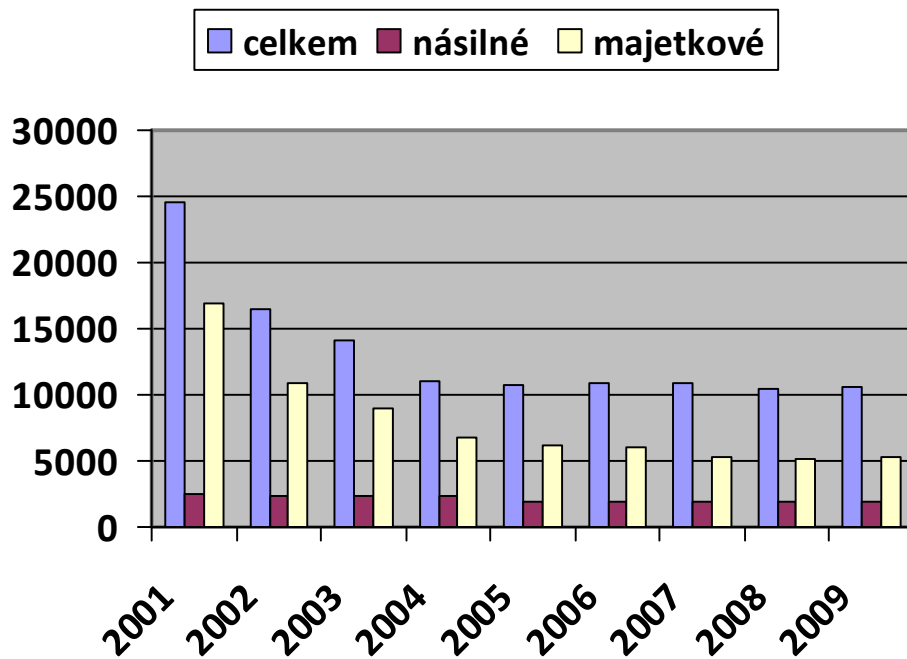
Trestná činnost se vyskytuje především ve velkých městech, kde sebou nese i určitou anonymitu, jsou zde vhodnější podmínky a škoda způsobená zde dosahuje velkých částek. Naopak na vesnicích se tato činnost vyskytuje v podstatně menším rozsahu, a to v aglomeracích rekreačních objektů, restaurací a obchodů.

Obecně platí, že **majetková trestná činnost** je páchána z nedostatku finančních prostředků, a to z důvodu získání atraktivního a luxusního zboží, jenž je pro pachatele nedostupné. Impulsem pro toto konání bývá právě reklama, která děti obklopuje a inzerované zboží v ní je pro ně nedostupné. Dalším důvodem je získání dostatku finančních prostředků na finančně náročné trávení volného času, jako jsou hrací automaty, nákup tabákových a alkoholických výrobků a někdy i drog. Prvním kriminálním činem často bývá, že děti začnou okrádat své rodiče, i přesto, že často mívají ze strany rodičů mnohdy zabezpečen vysoký životní standard. Z toho vyplývá neúcta k autoritám, hodnotám, majetku a pohrdání obecnými normami chování.

Na druhém místě žebříčku je **násilná trestná činnost**, která od roku 1989 zaznamenala značný nárůst a je doprovázena stále se zvyšujícím stupněm brutality. Útoky jsou namířeny proti bezbranným a slabým lidem, jako jsou staří lidé, ženy, tělesně a mentálně postižení. V těchto činech demonstrují pachatelé svoji sílu, snahu získat uznání, obdiv u svých vrstevníků a získat určité postavení v partě. Tyto násilné trestné činy bývají ve velké míře páčány ve skupinách. Takového činu se osamocení pachatel dopouští výjimečně. Členství v partě poskytuje pachateli jistou anonymitu, což je typické pro trestný čin rvačky, která je nejčastějším trestným činem mládeže. Pachatelé jsou podpořeni ostatními členy, jsou agresivnější, než kdyby byli sami. Toto jednání mnohdy přerůstá v hromadné ničení různých objektů a zařízení, což je „Poškození cizí věci“ § 228 TZ.

Tato protiprávní jednání, která jsou rozšířená v různých formách mezi mládeží, jsou již v takovém množství, že si ani neuvědomuje nebo nepřipouští skutečnost, že jejich jednání je nežádoucím patologickým jevem, se kterým je nutno se vypořádat.

Evidovaná kriminalita dětí a mladistvých



(Zdroj: Evidenčně statistický systém kriminality Policejního prezidia ČR).

Kriminalita dětí a mladistvých po roce 1989 prudce vzrostla. Od roku 2000 nastupuje pokles. Od roku 2004 do roku 2009 se míra kriminality drží téměř na stejné úrovni.

2.2 Rodinné prostředí a kriminalita

Rodina je bezesporu první institucí v otázce vzniku kriminality mládeže, kde je možno tomuto patologickému jevu předejít. Rodina se zásadním způsobem podílí na utváření životního stylu tedy i využití volného času. Výchova by měla rozvíjet mnohé kvality osobnosti a významně ovlivnit citový rozvoj. Svou funkčností by měla zaručit řádnou výchovu a připravit tak jedince pro plnohodnotný život ve společnosti.

V mnoha rodinách se výchova dětí velmi ztenčila na pouhé uspokojování biologických potřeb dítěte. Dříve do výchovy byli zapojeni i ostatní členové rodiny a jejich přátelé. V současné době tento náročný úkol zpravidla zastává pouze matka, a to i z důvodu, že mnohé rodiny již nemají takové spojení s příbuznými, kteří by jim mohli pomáhat. Proto se mění přístup jedince k ostatním členům a tak se formuje přístup vůči celé společnosti. V naší moderní společnosti je více uplatňováno demokratické soužití.

Děti trpí nedostatkem rodičovského zájmu, a proto je pro ně impulzem každá vnější intervence, která je pro ně zajímavá a líbivá. Jako např. velké množství reklam na alkoholické nápoje, které jsou vysílány v televizi, v rozhlase, tištěny na billboardech, v novinách a časopisech. Tyto reklamy mají poutavý příběh, mnohdy jsou romanticky až pohádkově laděné, jsou zasazené do krásného prostředí a vystupují v nich krásní a dokonalí lidé. Příkladem jedné takové reklamy je reklama na Tulamore Dew. Příběh této reklamy se odvíjí v historické době, kde se mladí lidé sejdou s přítelem, který se ptá, co vše je potkalo na cestě za ním a oni mu popisují příběh, který je dokreslován pohádkovými výjevy (kůň letící povětřím, vznášející se chalupa starého Brenana) za okny velmi útulné hospůdky. Dalším příkladem jsou reklamy na pivo. V těchto reklamách je pivo prezentováno jako nezbytná součást téměř každého lidského konání. Například po fotbalovém zápase je nutno „vše spláchnout“, rybolov je vlastně jen záminka pro pití piva, při výrobě bytelného stolu opět figuruje pivo. V neposlední řadě jsou reklamní kampaně pivovarů doplněny výherními soutěžemi, které spočívají v tom, že za co největší množství vypitého piva je hmotná odměna v podobě oblečení, elektroniky a jiných věcí. Děti nevidí nic špatného v konzumaci

alkoholu, připadá jim to zcela normální, protože je všude obklopuje. V mnoha případech se stává, že při různých rodinných oslavách sami rodiče nabízejí dětem alkohol. Není zvláštností, že někteří školáci přicházejí i na vyučování opilí a pod vlivem alkoholu jsou hrubí a vulgární nejen ke svým spolužákům, ale i k učitelům. Pod vlivem alkoholu se dopouštějí výtržnictví, vandalismu atd. A toto jsou první kroky ke kriminalitě. Dalšími příčinami kriminogenních faktorů je vysoká cena alkoholu, a proto dochází ke krádežím samotného zboží nebo finančních prostředků nebo jiných věcí, které prodají a za utržené peníze si alkohol opatří. Způsob, jakým jsou krádeže prováděny, je mnohdy brutální. Tato míra brutality a násilí se do života dětí promítá z počítačových her a akčních filmů, které je již od dětství doprovázejí.

Rodinná výchova je socializační proces, který neprobíhá vždy podle představ a cílů všech zúčastněných. Může být ovlivněna různými skutečnostmi, které mají nežádoucí vliv na vývoj dítěte. Podílí se na něm hektický způsob života, okolnosti, které vznikají v rodině zapříčiněny jedním nebo oběma rodiči. Toto může přerůst do negativního jednání, které přinese kriminogenní faktory.

Jedním z těchto faktorů je například ztráta zaměstnání jednoho z rodičů, kdy se rodina dostává do nedobré ekonomické situace – tato hrozba je velmi aktuální v současné ekonomické krizi. Tento problém sebou přináší změnu chování rodičů a může docházet k zanedbávání potřeb dítěte jak v rovině materiální tak citové. Po té může dojít k destrukci vztahu dítěte k rodičům, a to proto, že rodič již nevěnuje patřičnou míru pozornosti dítěti. Tento fakt má za následek vyhledávání této pozornosti v řadách svých vrstevníků, kde může získat nežádoucí návyky chování.

„Jedním z mnoha rizik spojených s výchovou dítěte může být také fakt, kdy se rodiče sami odmítají přizpůsobit životu ve společnosti, páchají kriminalitu, nadměrně požívají alkoholické nápoje a v neposlední řadě se také mohou dopouštět násilí na dětech.“(Možný, 2003, s. 303) V této fázi je nutný zásah do rodiny ze strany státní instituce, která je povinna dohlédnout na zdravý vývoj dítěte i za cenu, že převezme péči o vychovávaného jedince.

Pestalozzi již na počátku 19. století řekl: „Kde dítěti již od počátku chybí mateřská láska, věrnost a účast lidská, kde rodiče ve svém vztahu k dítěti se od přirozenosti tak odchylují, že mu odeprou to nejsvětější, co mu náleží, svoje spolupůsobení ve výchově k lásce, tam je potom pro jejich dítě konec s výchovou k lásce a činnosti z lásky. Podvod a povrchnost zaplaví lidského tvora od kolébky.“ (Spousta, 1996, s. 13)

2.3 Školní prostředí

Příchodem do školy dítě ztrácí své výlučné postavení, které běžně v rodině mívá a kde je stále středem pozornosti. Musí si zvykat na nový životní rytmus, který nastává ranním vstáváním v danou dobu, pokračuje rytmem vyučovacích hodin, domácí přípravou na školu a plněním si domácích povinností. Škola požaduje, aby se dítě přizpůsobilo tak, jako ostatní děti.

Neoddělitelnou součástí výchovy mladého člověka je škola. Vytváří základní citové a materiální hodnoty, které jej provází celý život a přímo formují jeho osobnost. Škola někdy může působit jako katalyzátor kriminogenních faktorů rodiny. Osobnost učitele a celková organizace školní výuky může velmi pozitivně ovlivnit vztah dítěte ke škole a k učení.

Za základní kriminogenní faktory ve školské výchově lze podle Chmelíka označit především tyto:

- a) nepravidelná školní docházka
- b) špatný prospěch
- c) nevhodné chování k učitelům, žákům
- d) arogantní přístup učitele k žákům

- e) špatná spolupráce rodičů se školou
- f) nedostatečná kontrolní a pedagogická činnost školy

„Dalším velmi důležitým faktorem je nedostatečné a neúplné vzdělání. Řada delikventní mládeže nemá ukončeno základní vzdělání. U některých mladistvých delikventů je zjišťována podprůměrná inteligence, která se projevuje v nedostatku sebekritičnosti, scestných zájmech na jedné straně a naopak pocity nedoceněnosti na straně druhé. Ta bývá často spojena se snahou upoutat na sebe pozornost za každou cenu. Tito lidé nemají konkrétní představy o životní perspektivě, a to ani do relativně blízké budoucnosti.“
(Chmelík, 1995, s. 6)

Základním signálem kriminogenního faktoru je situace, kdy dítě zanedbává školní docházku. Rapidně se mu změní prospěch a jeho chování ke spolužákům i k pedagogům se neshoduje s dobrou morálkou. Takovéto jednání může být způsobeno z různých důvodů. Proto je dobré toto jednání včas odhalit a následně adekvátně řešit. Záškoláctví poskytuje dítěti volný čas, který je využíván ke scházení se v různých partách, kde dochází k páchání trestné činnosti.

Tvorba postavení v partě způsobuje výskyt šikany ze strany většího kolektivu spolužáků. Je důležité, aby po prvních příznacích došlo k včasnému odhalení a řešení tohoto závadového jednání. Při zjištění změny v chování dítěte je třeba, aby rodiče sledovali další signály zvláštních projevů. Podle Koláře můžeme pozorovat například některé z následujících změn:

- za dítětem domů nedochází žádný spolužák, zdá se, že nemá žádné kamarády
- dítě je zaražené, posmutnělé až depresivní, nemluví o tom, co se děje ve škole
- špatně usíná, má poruchy spánku, zdají se mu hrůzostrašné sny
- dojde k výraznému zhoršení prospěchu, je nesoustředěné, bez zájmu
- často ho před odchodem do školy nebo po příchodu pobolívá hlava, břicho
- dítě často navštěvuje lékaře, z nenadání se objevuje neomluvená absence

- dítě chodí do školy nebo ze školy oklikami
- přichází domů s potrhaným oblečením, poškozenými školními pomůckami nebo bez nich
- často mu nevychází kapesné, ztrácí ho, požaduje další peníze
- dítě přichází domů vyhladovělé, i když dostává svačiny a obědy má zajištěny
- nedokáže uspokojivě vysvětlit svoje zranění (odřeniny, modřiny, popáleniny)
- vyhrožuje sebevraždou nebo se o ni dokonce pokusí

Šikanu zařazujeme mezi latentní kriminalitu, kdy toto patologické jednání není odhaleno a pachatel není potrestán. Proto by prevence měla spočívat ve všímavosti celé naší společnosti. (Kolář, 1997, s. 112)

2.4 Volný čas

Využívání volného času je způsobem projevu životního stylu dětí a mládeže. Aktivitu si volí sami svobodně, patří do činností, které dělají rádi, přinášejí jim radost, uspokojení i odpočinek a dělají je dobrovolně.

„Volnočasové aktivity jsou ovlivněny biologickým zráním a jsou odrazem dosažené úrovně sociálního, mentálního a psychického zrání. Zároveň jsou stimulem dalšího zrání jedince a posunem v hodnotové orientaci. Realizace zájmů a potřeb dítěte i mladého člověka prostřednictvím volnočasových aktivit patří do sociálního učení.“ (Kraus, Poláčková, 2001 s. 166)

Významnými činiteli naplnění volného času je rodina a mimoškolní aktivity. Proto je dobré znát potřeby dítěte a jeho zájmy. Rodiče by měli vědět jaká je náplň dítěte ve volném čase, s kým se stýká, kde se zdržuje, kdy a v jakém stavu se vrací domů. Pokud rodiče takový přehled nemají, je možné, že se dítě uchýlí k partě s delikventním jednáním. Zákony a fungování party jsou založeny na jistém způsobu vyjadřování, druhu preferované

hudby, postojí k rodičům, škole, zájmu o alkohol a drogy, ale nezbytně i v úpravě svého zevnějšku. Tyto děti většinou tráví čas v hernách, požívají alkoholické nápoje a někdy i drogy a pro zajištění dostatku finančních prostředků páchají trestnou činností, jako jsou drobné krádeže, vydírání svých vrstevníků atd.

V lepším případě děti svůj volný čas tráví sledováním televize a činností spojenou s počítačem. Z výsledků výzkumu ministerstva školství, mládeže a tělovýchovy v současné době denní sledování televize a činnosti na počítači činí až 76% populace dětí. To znamená, že v malé míře se v jejich životě odráží realita našeho světa a nastupuje realita virtuální. Nové technologie, které děti ve svém volném čase využívají, přináší pokles zájmu o četbu knih, pobyt v přírodě a sport.

2.5 Vzory a ideály

Občas proběhne médii zpráva o špatných příkladech z televize, filmového násilí, napodobování anorektické krásy, sebevraždy inspirovaná nevhodným životním vzorem a další neblahé vlivy, které ohrožují děti. Reklama těží z popularity idolů a tendence napodobovat známé osobnosti. Proč jsou děti náchylné ke snadnému ovlivnění, kdy potlačují realitu a poddávají se filmové fikci? Je to proto, že děti jsou k nápodobě náchylnější a právě na nápodobě je založena jejich schopnost se učit.

V minulých letech si děti volily své vzory spíše vzdálené jako sportovce, literární, filmové a televizní hrdiny apod. Postupem času viděly své vzory přímo v rodině, a to z pochopitelných důvodů, že z dětí pravděpodobně vyrostou hodně podobní lidé, jako jsou jejich rodiče. Vzory a ideály čerpáme ze života samotného. Dobré vlastnosti se snažíme okoukávat nejen od svých rodičů, starších sourozenců, ale i od přátel a známých. Maximální snahou rodičů by měla být snaha stát se kladným činitelem, působit na dítě vlastním příkladem např. že lidé k sobě mají být ohleduplní, mají si pomáhat a že peníze nejsou všechno. Toto se nedá jednoduše vysvětlit nebo přikázat. To je možné okoukat, zažít a vidět v příkladech.

Současná uspěchaná, hrubá, anonymní a odcizená doba, lačnicí po penězích, nám přináší hrdiny, jež žijí pro zvláštní věci jako je pomsta, peníze, získání krásné dívky, a proto musí ukrást ponorku, potopit loď, vykrást bankovní trezor, cestou střílí všemi známými zbraněmi na všechny padouchy a ze všeho vyvázne se zdravou kůží a dosáhne svého bohatství. Je to divná doba. Proto je třeba bránit se tomu, aby se dětem stali životními vzory video-zabijáci. Rada je jednoduchá, poskytnout vzory, které jsou životnější, dětem bližší a silnější. Těmito vzory bychom se měli stát my, dospělí lidé, kteří si pro své děti najdou čas.

2.6 Dílčí závěr

Kriminogenní faktory dětí a mládeže, které jsou v naší společnosti těžko řešitelné, pramení v socializačních změnách výchovy v naší době. Tato doba je příliš hektická a není dostatek času pro volnočasové aktivity, které by se měly stát především záležitostí rodiny. Bylo by tedy vhodné, aby rodiče s dětmi trávili mnohem více času, předávali jim své zkušenosti a vštěpovali jim zásady správné morálky a práva. Rodiče by zároveň měli mít přehled o volném času svých dětí, dohlížet na jejich aktivity, v jakém prostředí a s kým se stýkají. Z důvodu nedostatku času rodičů se často stává, že si děti hledají své vzory mezi svými vrstevníky a pokud nejsou jejich aktivity monitorovány, může být jejich vliv nežádoucí. Rodina by měla úzce spolupracovat s předškolními i školními institucemi, proto aby se vytvořilo optimální prostředí pro výchovu a socializaci. Školské zařízení se stávají prvními články, kde se zjišťují a řeší různé delikty dětí, které mají přímou souvislost se školou anebo rodinou. Proto práce pedagogů není vůbec lehká, jsou na ně kladeny vysoké nároky a odborná příprava. Je to proto, aby byli schopni čelit i sociálně patologickým jevům, které se ve školním prostředí vyskytují.

Úroveň kriminality je posuzována na základě statistik, které vytváří Policie ČR. Tyto statistiky jsou sledovány širokou veřejností i specialisty zabývající se kriminalitou mládeže. V návaznostech na tyto statistiky lze okamžitě reagovat vhodně cílenou prevencí

v požadovaných oblastech, které jsou s nárůstem kriminogenních faktorů spojeny. Výsledkem této práce je stabilizování situace ve společnosti a zajištění bezpečnosti občanů.

3. Praktická část

Praktická část mé práce je zaměřena na zmapování vztahu dětí k současným médiím. V mém průzkumu jsem se snažil zaměřit hlavně na to, jak do života dětské společnosti ve věku 11 až 14 let zasahují média a jaký vztah k nim děti mají. Jakým způsobem formují a ovlivňují jejich osobnost, jak děti média využívají a k jakým účelům. Zda rodiče nějakým způsobem koordinují sledování hromadných sdělovacích prostředků. Dále jsem během mého průzkumu chtěl zjistit, jaká média jsou nejoblíbenější a k čemu je děti využívají. Zda a na kolik procent věří informacím, které v nich získaly.

3.1 Cíl a metody průzkumu

Cílem mého průzkumu bylo zjistit, z jakých sociálních poměrů zkoumaný vzorek dětí pochází a jakou měrou je skutečně ovlivňují masmédia, informační technologie a jak je před těmito negativními vlivy chránit. Proto jsem k naplnění mého cíle zvolil metodu kvantitativního průzkumu formou dotazníku vlastní konstrukce.

Průzkumné otázky i jejich skladbu jsem volil, tak aby si děti mohli vybrat ty z nabízených možností, které jim budou neblíží. Způsob kladení otázek je volen, tak aby bylo možno zjistit, jaká různá média děti sledují, zda mají na ně vliv, zda jsou jejich rodiče spoluvůrci denního programu svých dětí a mají-li přehled o jejich volnočasových aktivitách, čímž by předcházeli kriminální činnosti.

3.2 Charakteristika výběrového souboru

Pro svůj projekt jsem vybral vzorek respondentů, který zahrnoval 64 dětí ze dvou tříd základní školy. Jedna třída byla ze Základní školy Linecká 43, Český Krumlov a druhá ze Základní školy Plešivec 249, Český Krumlov.

Pro stanovení cílů jsem jako průzkumný nástroj sestavil dotazník. Doba k vyplnění dotazníku byla předpokládána na cca 20 až 30 minut. Myslím, že to je doba, která dotazované děti udrží v pozornosti a příliš je neunaví. Dotazník je určen, pro žáky 6. tříd základních škol a skládá se z 24 otázek, které se skládají z uzavřených, otevřených, škálových, faktografických a dichotomických otázek. Otázky jsou anonymní, a proto se domnívám, že mohou zvýšit upřímnost odpovědí. Má snaha při sestavování dotazníku spočívala v tom, aby byl srozumitelný a neobsahoval sugestivní otázky. Děti při vyplňování dotazníku mohou více zvažovat své odpovědi, protože nejsou nuceny okamžitě odpovídat, kdy tomu tak bývá při metodě řízeného rozhovoru. Při těchto dvou metodách zjišťujeme jak fakta tvrdá (např. pohlaví, věk, místo bydliště atd.), tak fakta měkká (např. zájmy, zkušenosti, potřeby, hodnotový systém atd.).

3.3 Vlastní průzkum

Jisté diference očekávám v preferencích zájmů mezi děvčaty a chlapci. Očekávání u chlapců je v rovině herních, sportovních aktivit, akčních filmů a soutěžních pořadů. U děvčat předpokládám větší zájem o humanitní směry, ale i pohádkové, hudební pořady a seriály. Myslím, že jisté rozdíly se vyskytnou i u dětí s vyšším věkem, kde již předpokládám vyhraněnější aktivity a postoje k různým životním rolím a situacím. Dále mě velmi zajímá úroveň v názorech dětí z vesnice a města, a to z toho důvodu, že v minulosti

byl propastný rozdíl v životních názorech mezi městskými a vesnickými dětmi. Předpokládám, že v současné době by již takový rozdíl neměl být.

Hypotézy - na základě poznatků obsažených v teoretické části jsem si stanovil následující hypotézy k ověření :

H1 – Děti prožívají více volného času u PC.

H2 – Děti věří tomu, co vidí a slyší v TV, na internetu a čtou v novinách a časopisech.

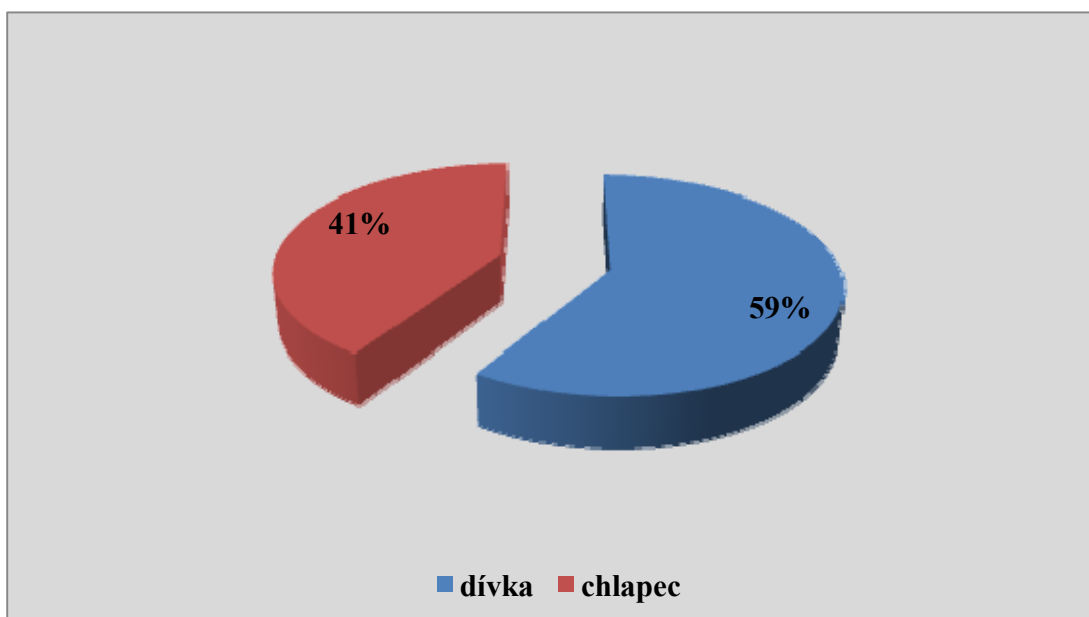
H3 – Televize je dětmi více využívaným médiem než PC.

4. Výsledky průzkumu

4.1 Vyhodnocení a zpracování získaných dat

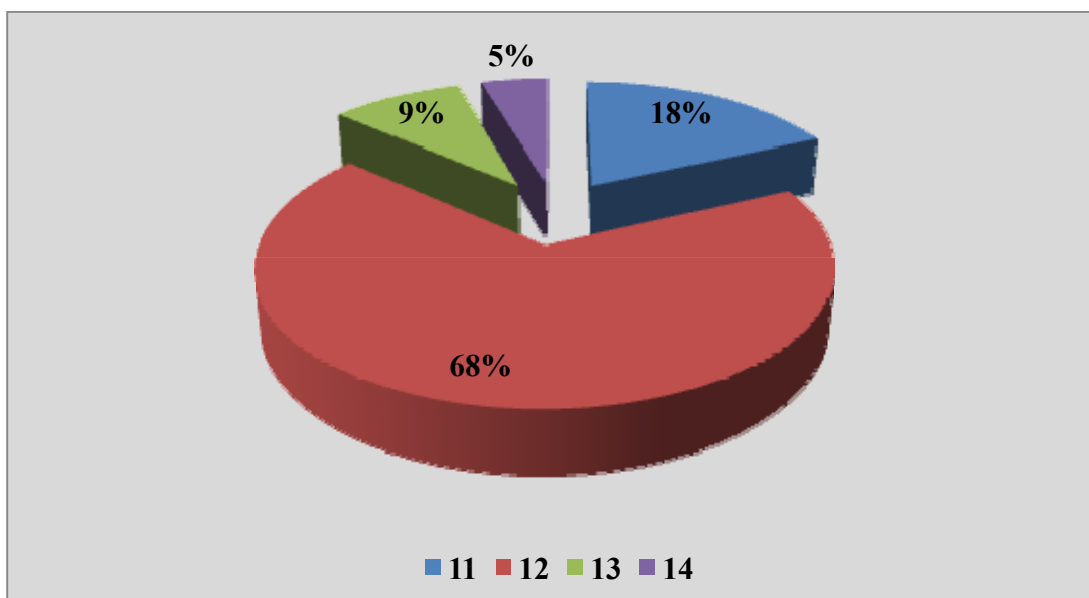
Z průzkumu prováděného formou dotazníku lze konstatovat, že žáci odpovídali takto:

1. Jsem dívka, chlapec



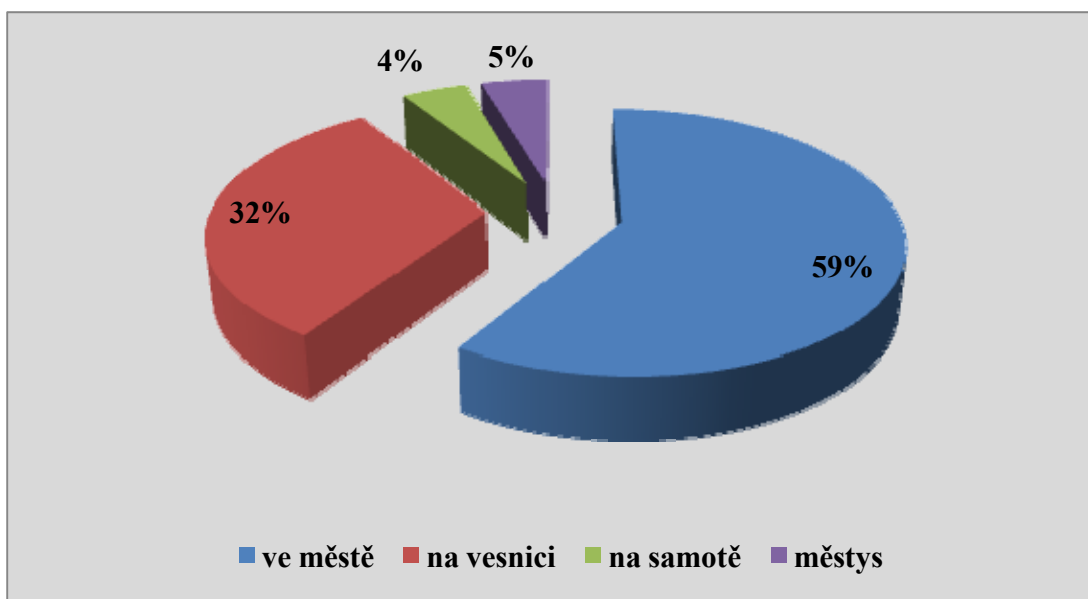
Ve zkoumaném vzorku je zastoupena větší částí a to 59% populace dívek. Chlapci jen 41%.

2. Kolik je mi let?



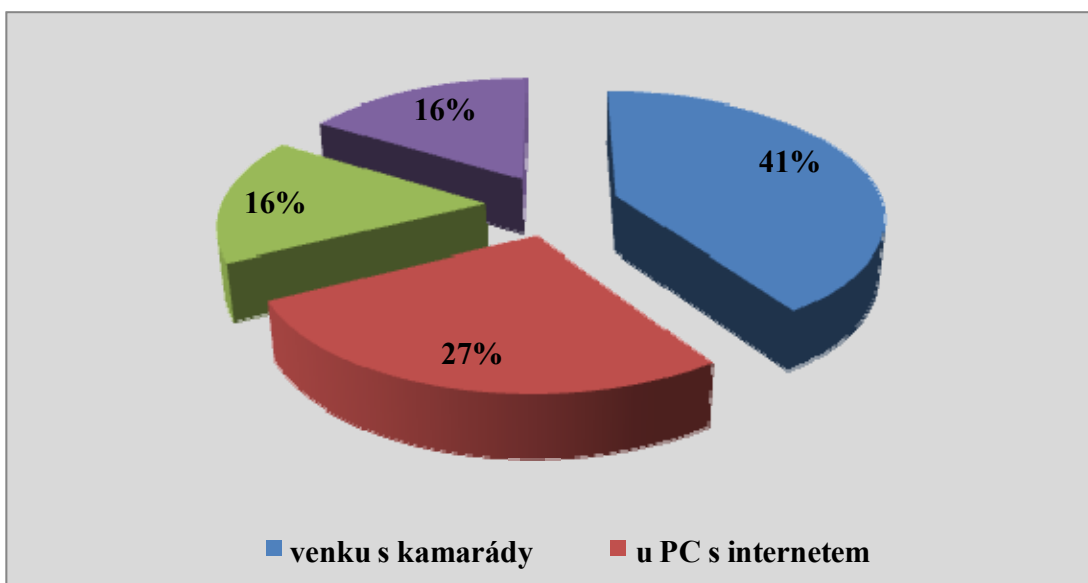
V průzkumu převažují děti ve věku 12 let. Následuje věk 11 let, 13 let a nejméně 14 let.

3. Kde bydlím?



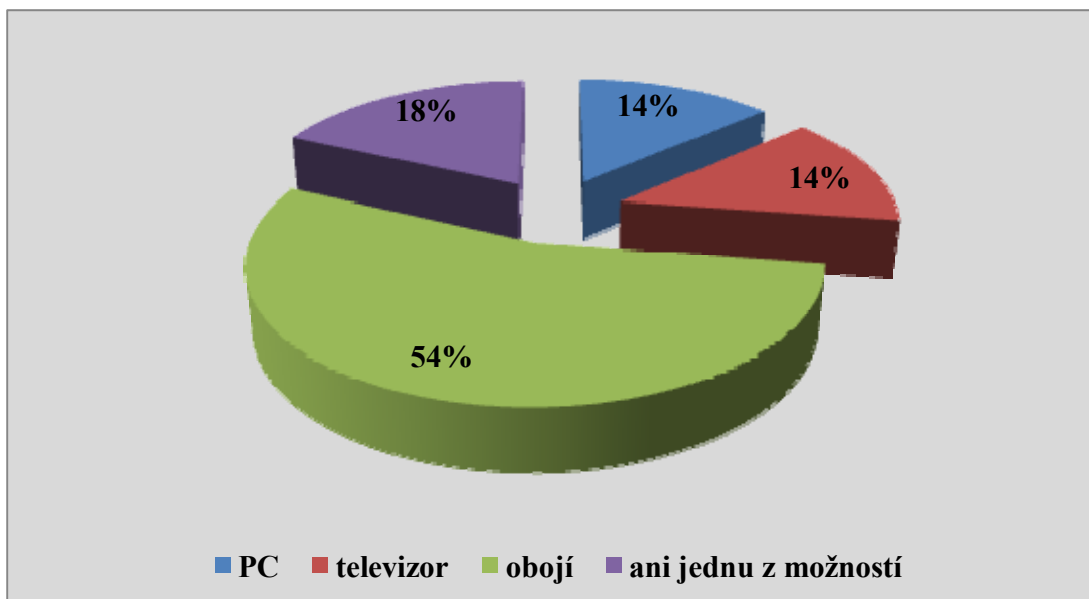
Nejvíce dětí ze zkoumaného vzorku bydlí ve městě a na vesnici. V mnohem menším počtu je zastoupen městys a samota.

4. Volný čas prožívám:



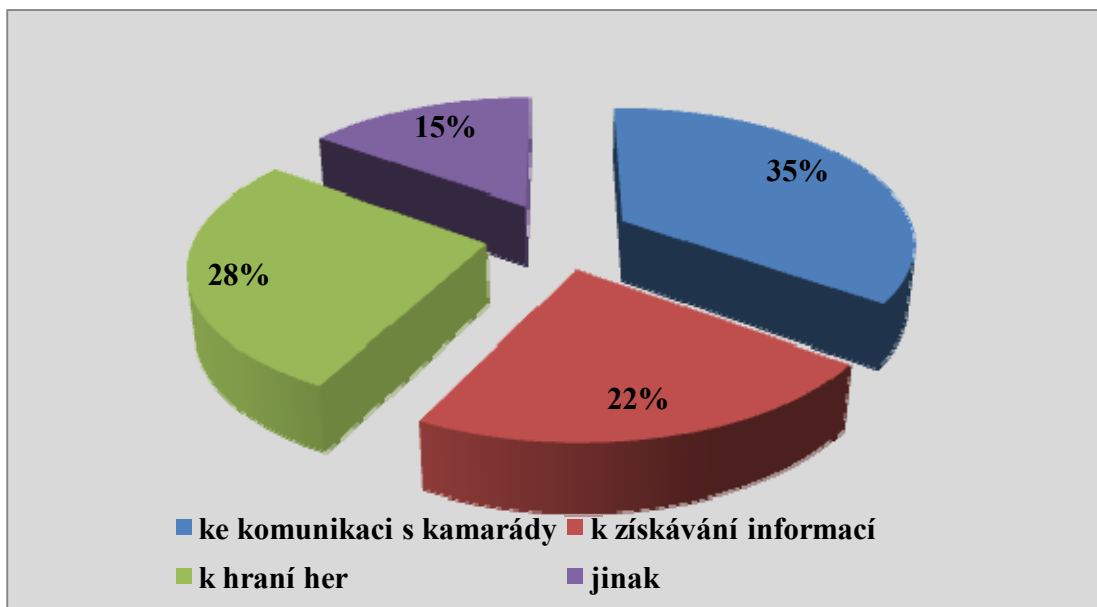
Potěšující výsledek u této otázky je prožívání volného času venku s kamarády, i když čas strávený u PC není malý. V kolonce „jinak „ se objevuje kladný vztah k hudbě.

5. Ve svém pokojíku mám:



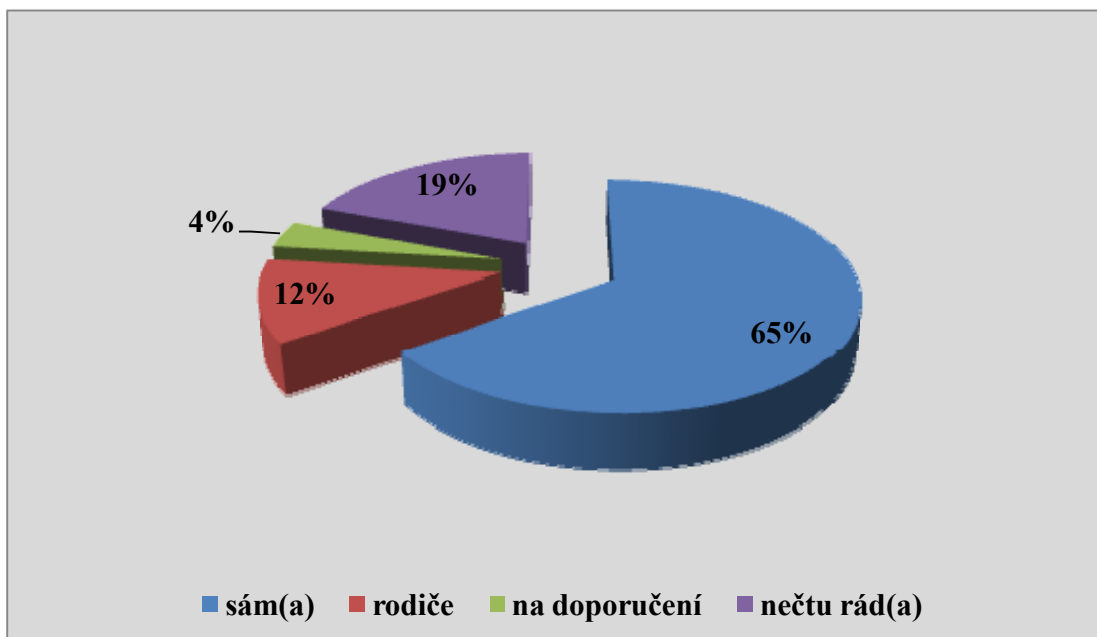
Děti mají v nadpoloviční většině ve svém pokojíčku PC i TV a to je velmi znepokojující.

6. K čemu využívám PC:



Nejvíce děti využívají PC ke komunikaci a k zábavě. Získávání informací je o 6% méně využíváno než zábava.

7. Knihy a časopisy, které čtu, si vybírám :

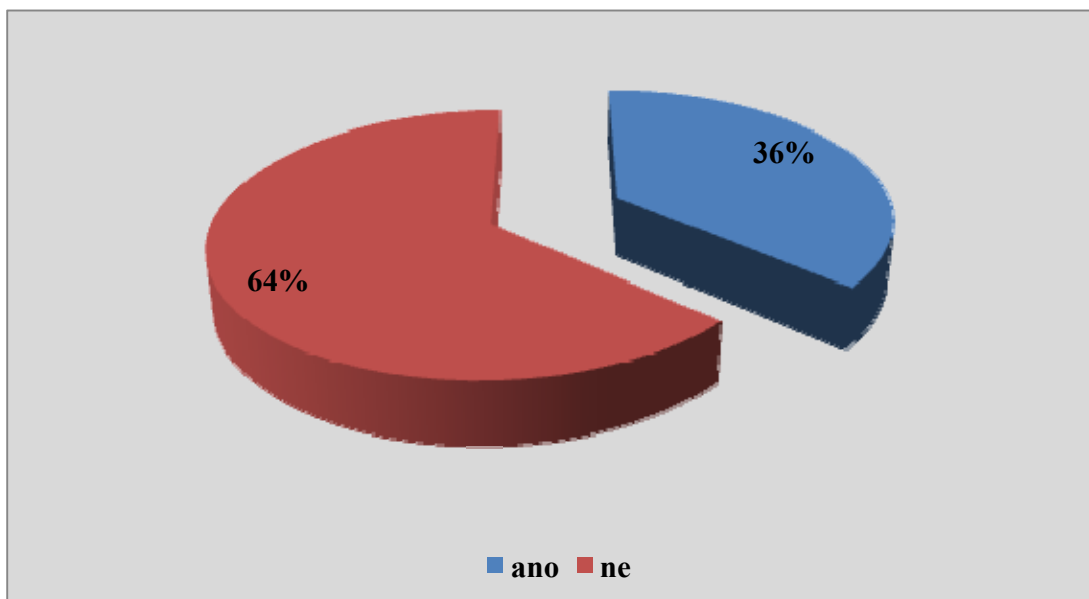


Výběr knih a časopisů je z většiny na samotných dětech. Znepokojující je vysoké procento dětí, které nemají o četbu zájem vůbec.

8. Jaké pořady sleduji rád(a) v TV?

Ve sledování pořadů v TV je velká rozmanitost. Na špici žebříčku jsou akční filmy a těsně za nimi se drží horory a seriály. Další pořady jako jsou pohádky, animované seriály, hudební hitparády, nemají mezi sebou velké rozdíly. Menší zájem je o sportovní a soutěžní pořady a dokumentární filmy.

9. Poslouchám rozhlas?



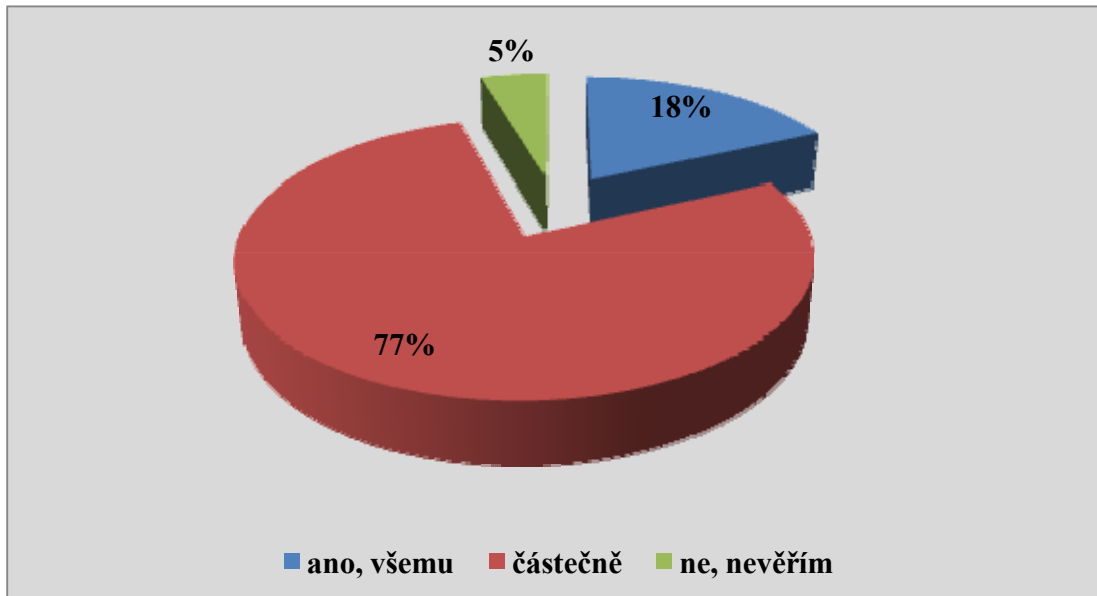
Vliv techniky a elektroniky snižuje poslech klasických rádií. Děti poslouchají vlastní mp3 přehrávače.

10. Myslím si, že mě mohou média ovlivnit?



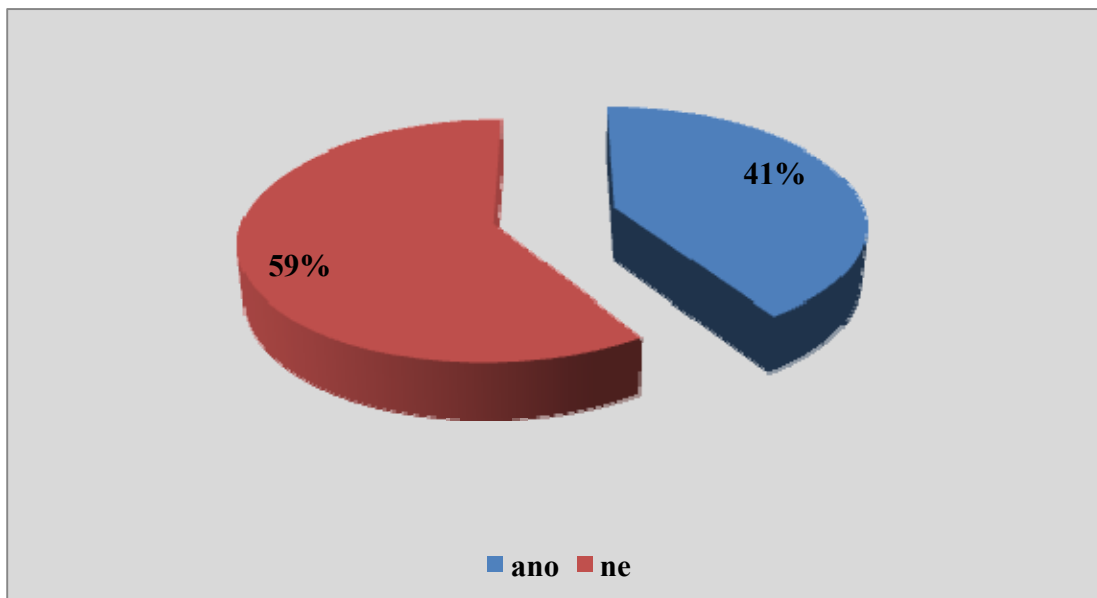
Tvorba osobnosti a samostatnosti se odráží v názoru, že se děti nedají médii ovlivnit. Poměr kladných odpovědí mezi chlapci a děvčaty je 50%.

11. Věřím tomu, co vidím a slyším v TV, na internetu a čtu v novinách, časopisech?



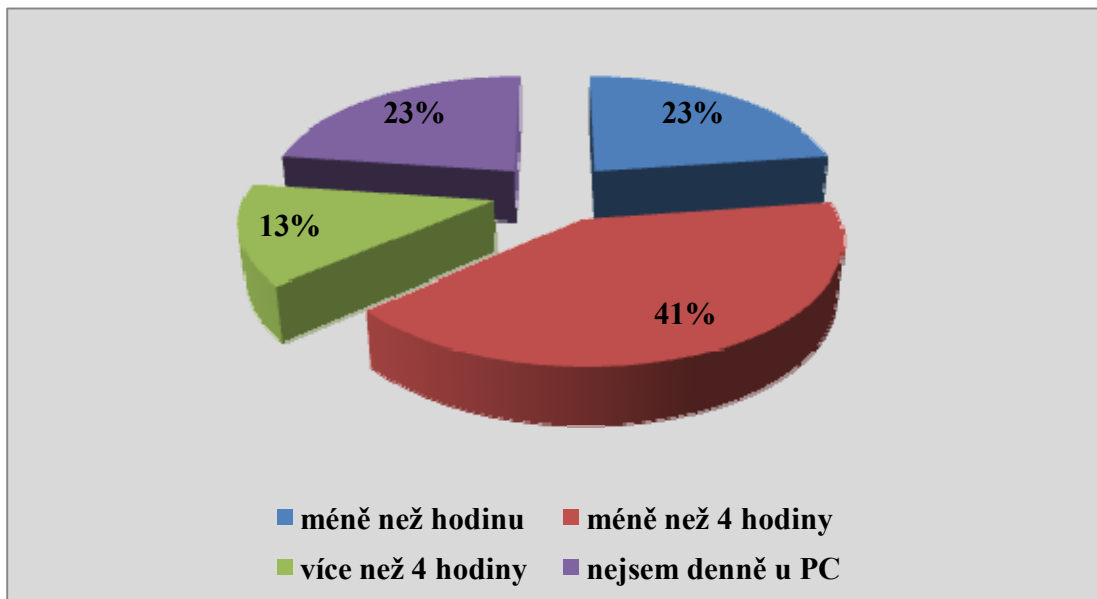
Víra v pravdivost informací v médiích je v drtivé většině částečná.

12. Považuji zákaz PC za trest?



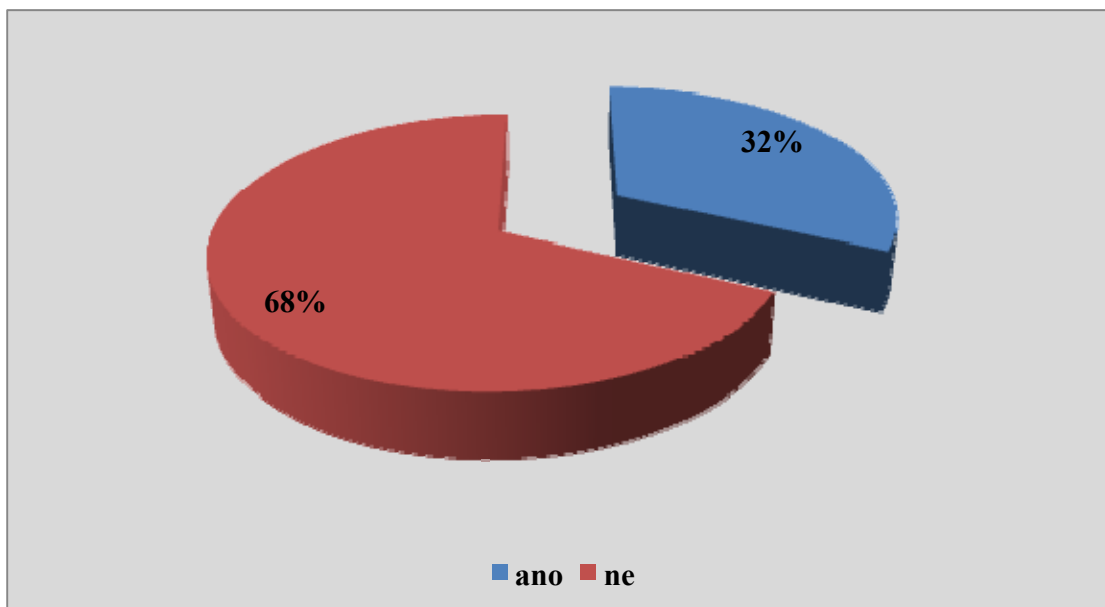
I když děti tráví u PC dost času, není pro většinu z nich trestem zákaz přístupu na PC.

13. Kolik hodin denně jsem u PC?



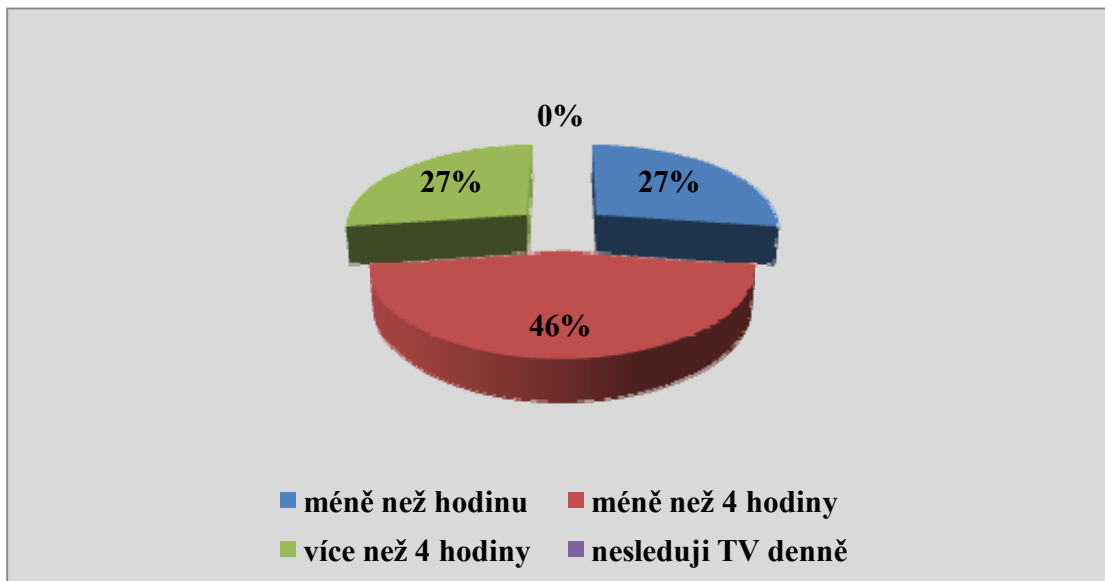
Strávený čas u PC zabírá většině dětí poměrně velkou část volného času.

14. Považuji za trest zákaz TV?



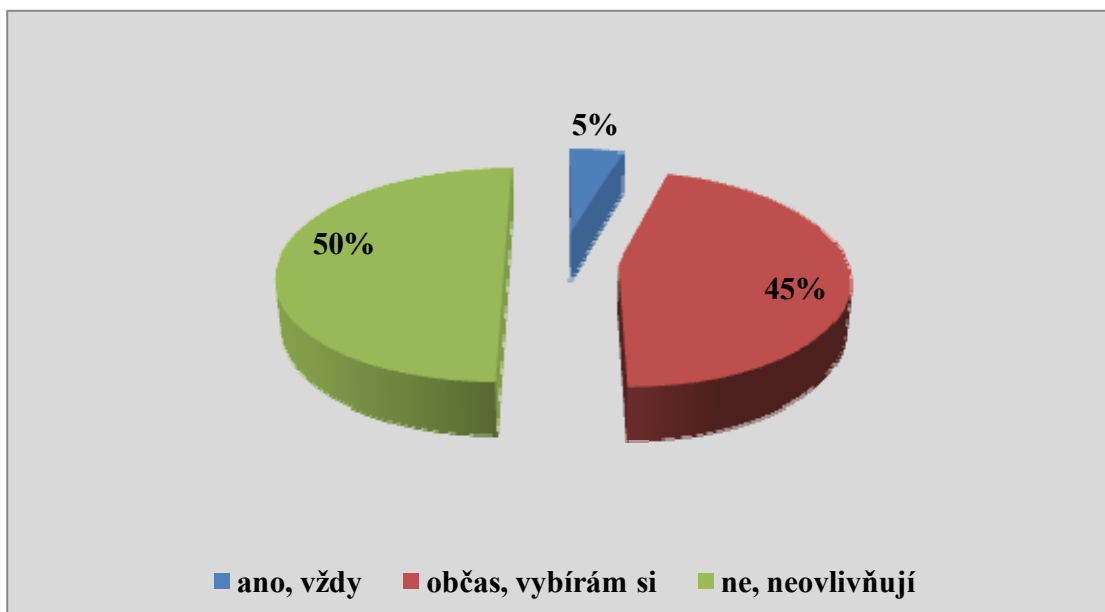
Zákaz sledování televize je považována o 9% za menší trest než zákaz přístupu na PC. Z toho vyplývá, že PC je preferovanější.

15. Kolik hodin denně sleduji TV?



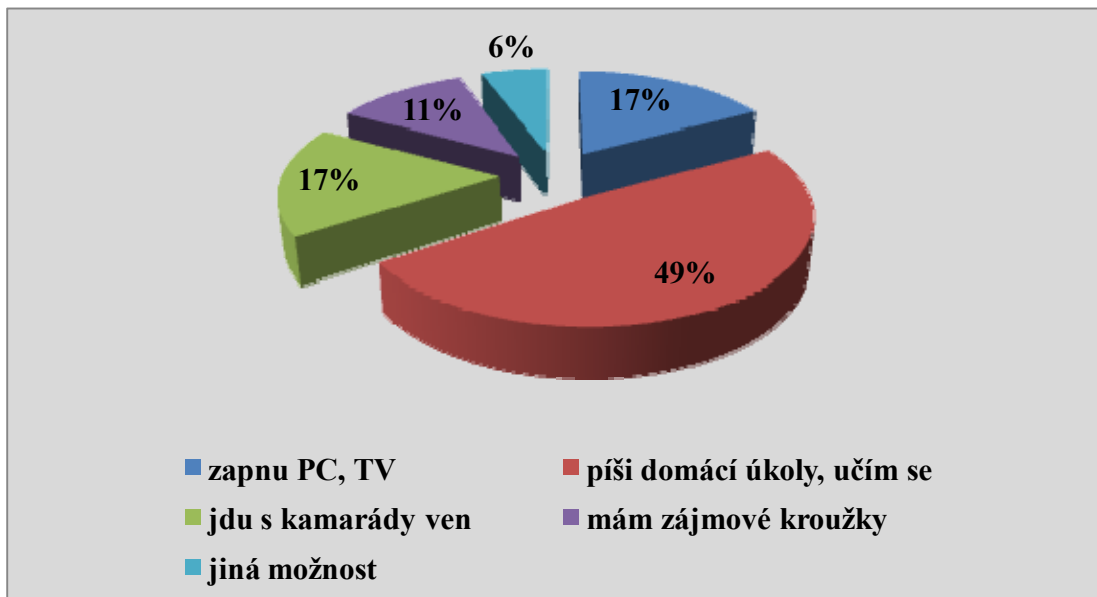
Všichni dotázaní sledují TV denně a více času než PC. Je to proto, že TV slouží jako kulisa i při jiných činnostech a není středem zájmu.

16. Reklamy na plakátech, v TV či v rozhlase mě ovlivňují?



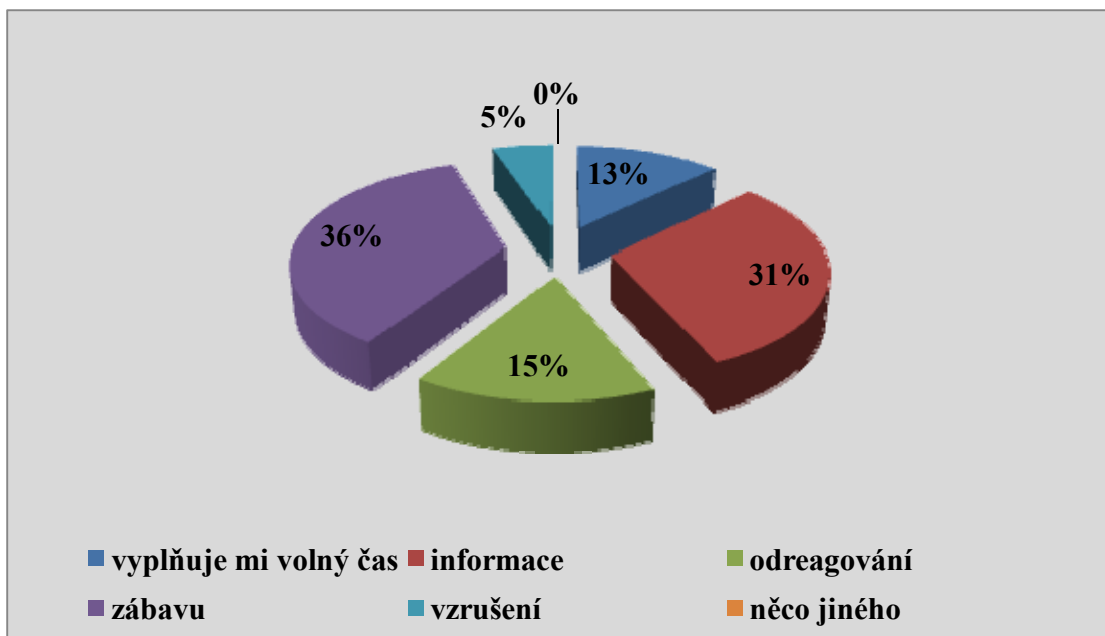
Reklamu všechny děti vnímají, ale jen některé připouští, že jsou jí ovlivněny.

17. Co udělám, když se vrátím domů ze školy?



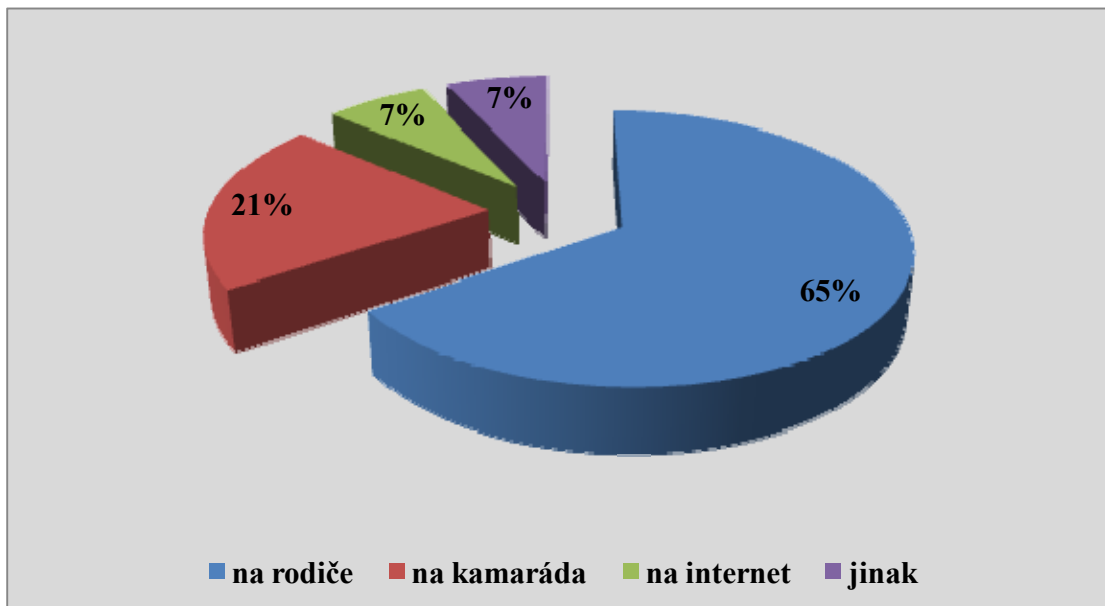
V tomto případě vítězí povinnosti nad zábavou, tedy příprava do školy a vzdělávání se.

18. PC a TV mi přináší?



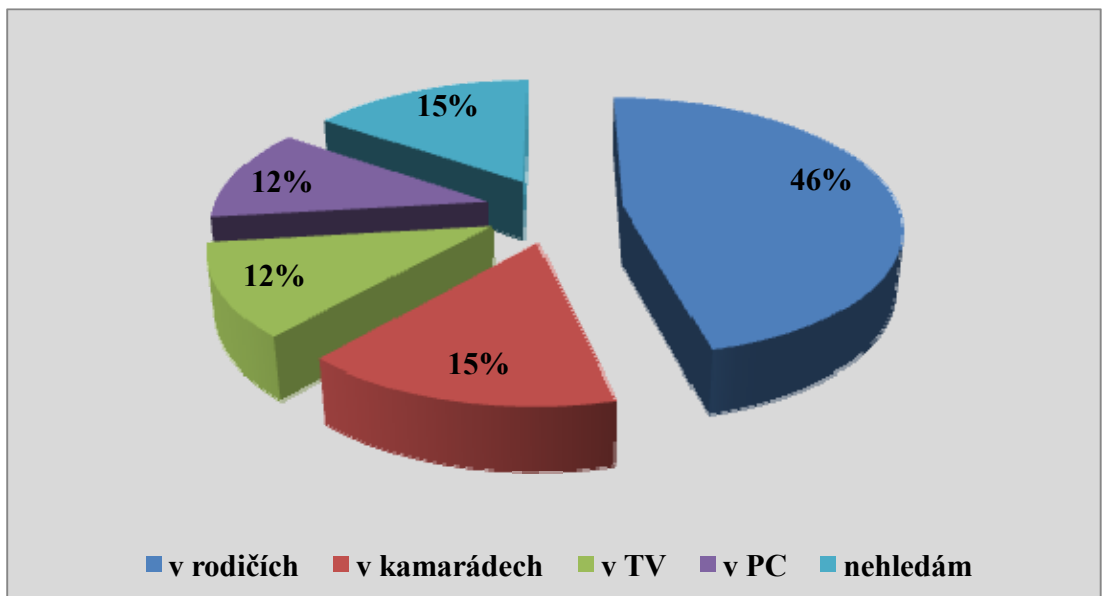
PC a TV jsou nejvíce využívány jako zdroj zábavy a informací.

19. Při řešení problému se obracím?



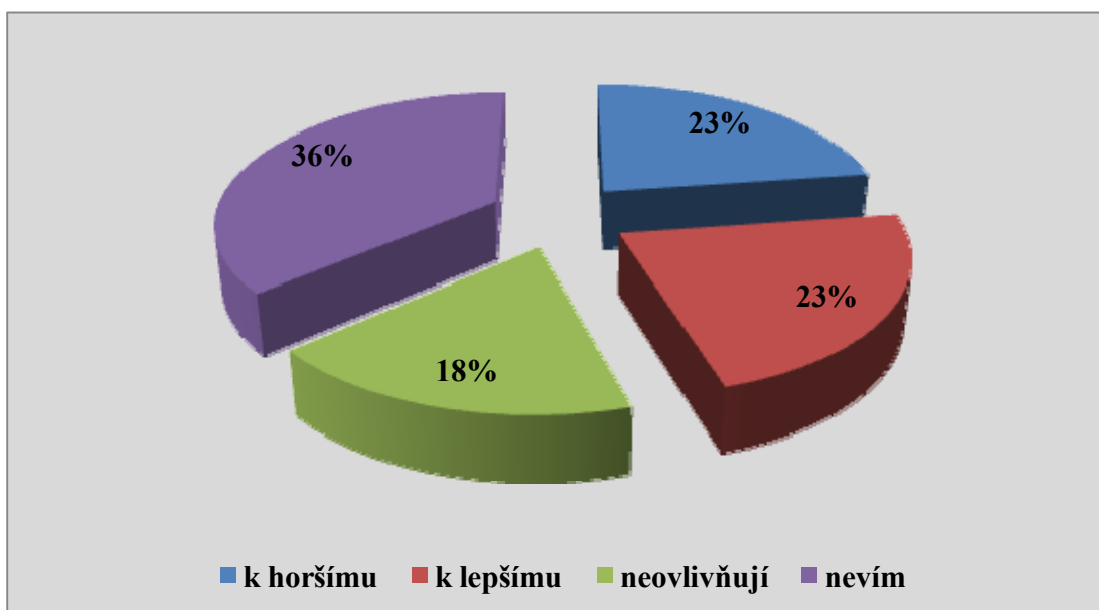
Při řešení problému převažuje lidský faktor, a to ve velké míře u rodičů, ale i u kamarádů.

20. Své „vzory“ hledám?



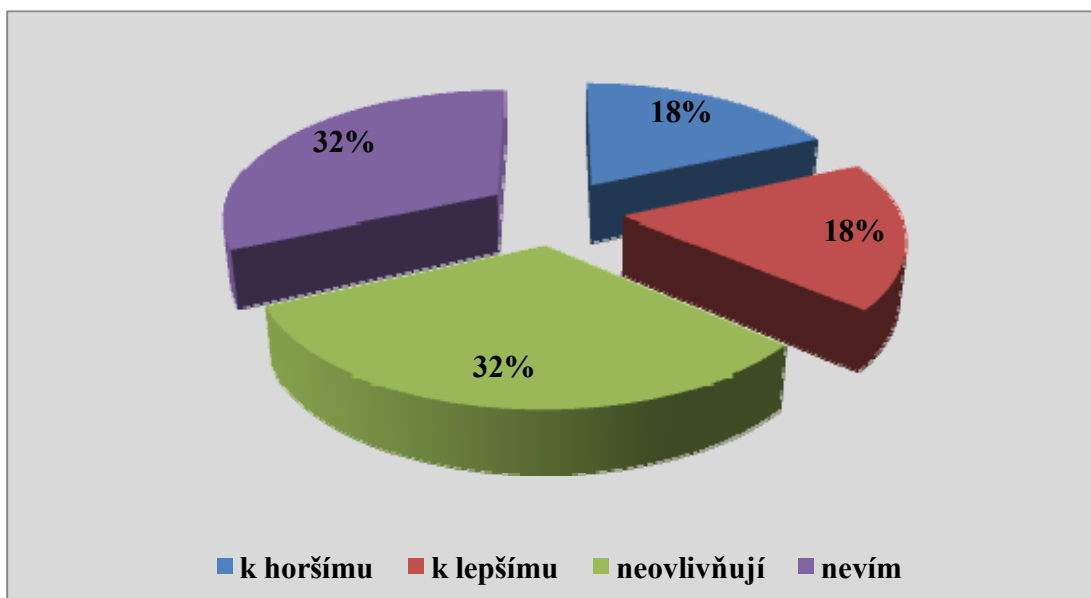
Rodiče mají stále prvenství, i když je tu propad o 19% oproti hledání pomoci.

21. Ovlivňuje podle mého názoru TV vztah mezi lidmi?



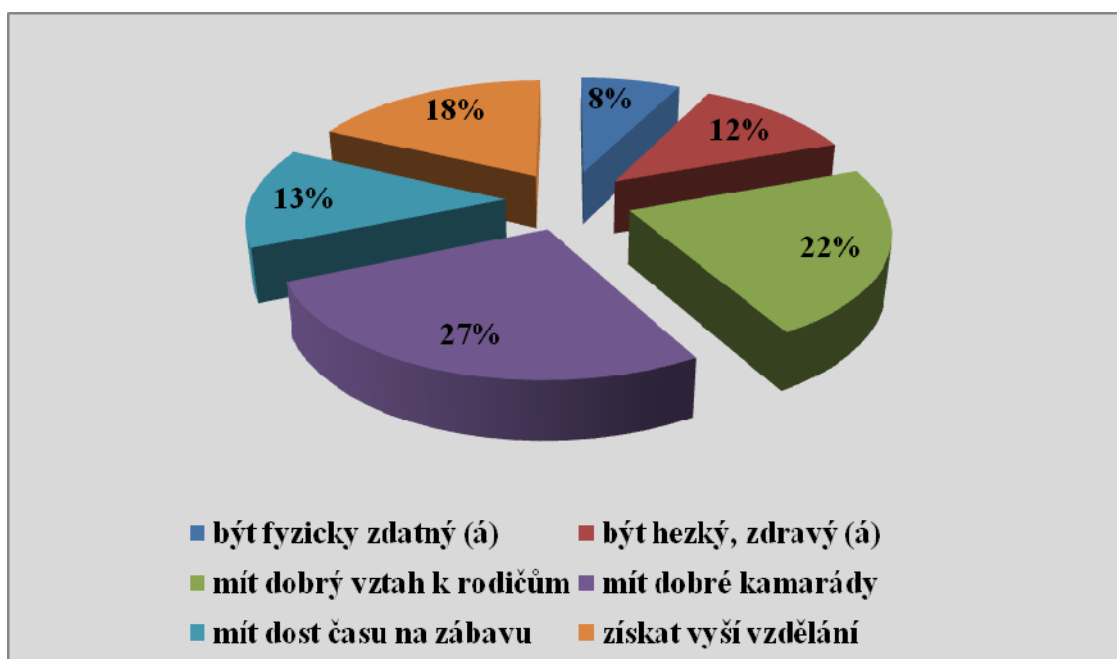
Nerozhodnost odráží povrchní znalost tohoto média.

22. Ovlivňuje podle mého názoru PC vztah mezi lidmi?



Zde převládá názor, že PC vztahy neovlivňuje anebo není jasný názor.

23. Co je pro mě důležité?

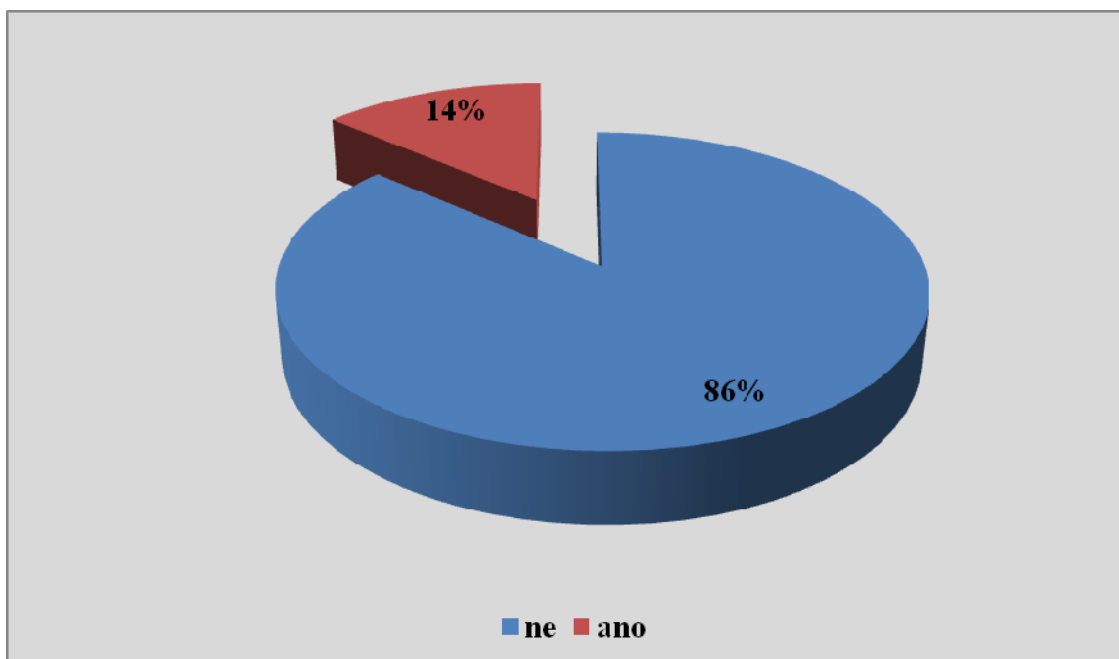


V tomto grafu se potvrdilo, že u dětí převládá dobrý vztah ke kamarádům a k rodičům.

24. Které webové stránky sledují nejčastěji?

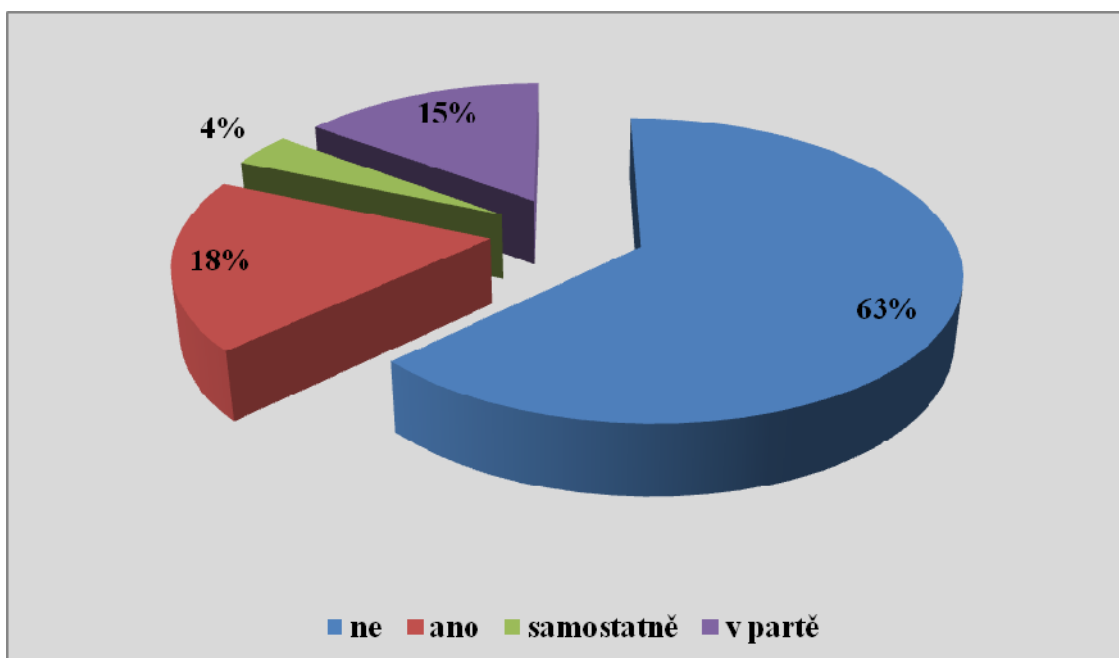
U tohoto bodu děti uváděly většinou mnoho informačních serverů jak např. Seznam, Google, YouTube atd., které využívají hlavně k čerpání informací ke svému studiu. Jako další uváděly stránky, kam chodí za zábavou, a to Facebook, Lidé, UFonek, Kinotip, Líbím se ti, Spele.

25. Byl jsem vyšetřován Policií ČR?



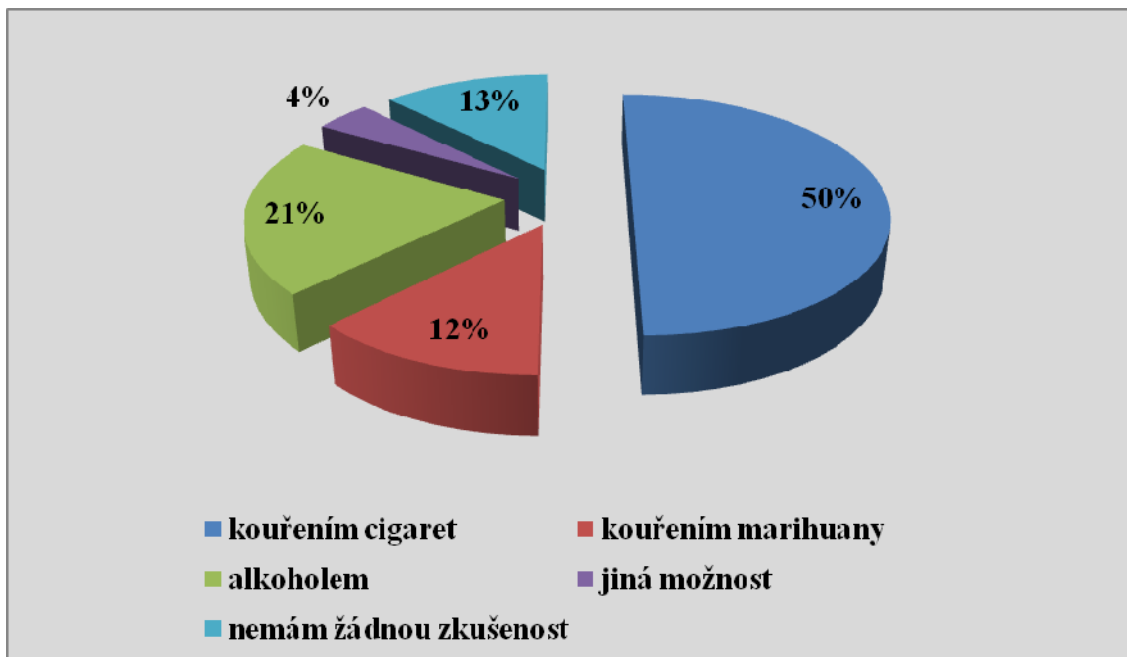
Procento dětí, které byly vyšetřovány Policií ČR je sice malé, ale alarmující.

26. Dopustil jsem se kriminálního jednání?



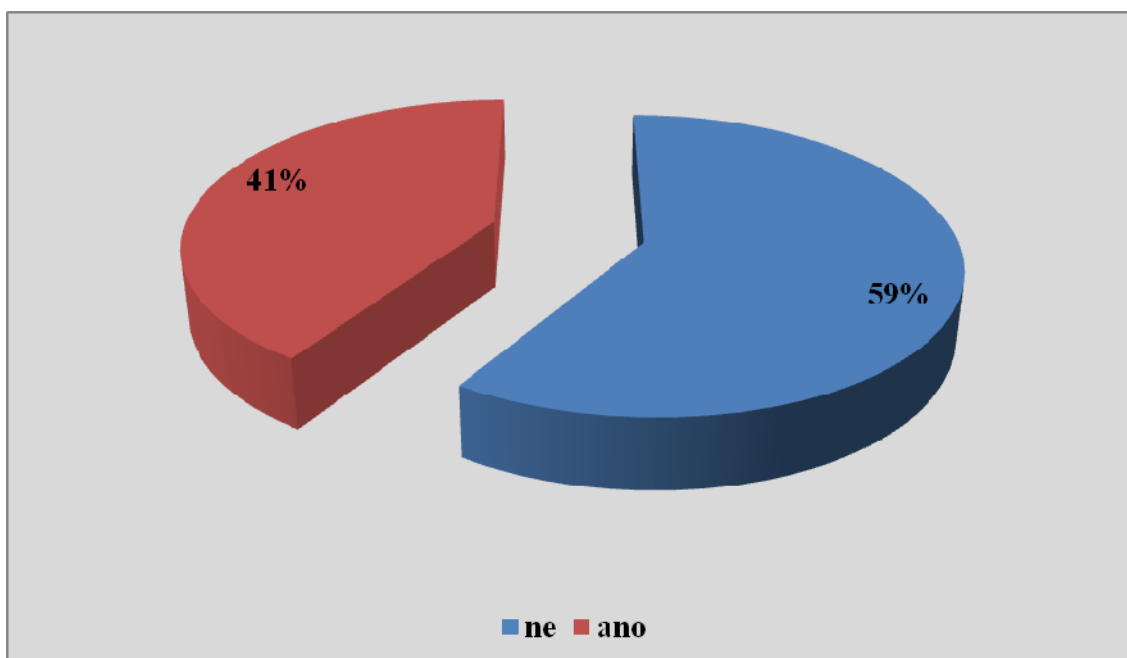
Pokud se děti dopustily kriminálního jednání, tak to bylo v partě.

27. Mám zkušenosti s:



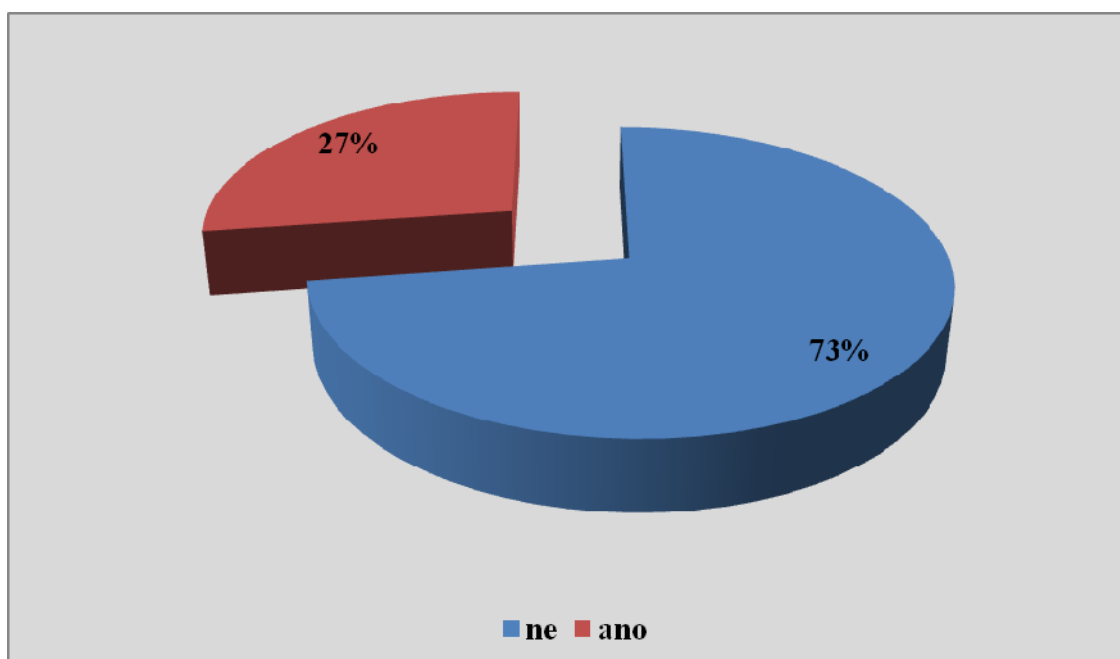
Znepokojující skutečností je, že 50% z dotázaných dětí má zkušenost s kouřením cigaret.

28. Choval jsem se hrubě ke spolužákům?



Hrubost se stala součástí života dětí.

29. Byl jsem za školou?



Ve věku dotazovaných je procento záškoláků poměrně vysoké.

4.2 Prezentace výsledků a ověření stanovených hypotéz

Výsledky průzkumu jsem získal z vyplněných dotazníků. Při zpracování a vyhodnocování dat jsem si respondenty dělil podle pohlaví a věku. Dotazník vyplnilo více děvčat než hochů. Převládající věk byl 12 let. Většina dětí pocházela z města Český Krumlov. Volný čas prožívají venku s kamarády a u PC. Dále z dotazníku vyplynulo, že děti mají ve svém pokojíku televizi i počítač, ale s rozdílným přístupem k médiím mezi chlapci a děvčaty. Chlapci preferují ve svém žebříčku hodnot na prvním místě mít dobré kamarády, oproti tomu děvčata upřednostňují mít dobrý vztah s rodiči. Jako další priority uváděly dobrý zdravotní stav, a to shodně chlapci i děvčata. Chlapci projeví větší zájem o sportovní aktivity, hraní počítačových her a sledování televize, kde převažují akční filmy, horory, komedie a hudební hitparády, děvčata spíše preferují sledování televizních pořadů, jako jsou pohádky, hudební hitparády a seriály. Rozhlas současné děti téměř neposlouchají. Na otázku, zda mohou média ovlivnit jejich osobnost, v drtivé většině chlapci i děvčata odpověděli stejně, že nemohou. Informacím z médií věří většina jen částečně, děvčata z 18% věří všemu. Zákaz PC děvčata nepovažují za trest tak velký jako chlapci, zato trest zákazu TV je zcela v obrácené podobě. Reklama spíše chlapce neovlivňuje a děvčata si vybírají, která reklama je zaujme. Při řešení problémů a hledání vzorů se děti obracejí ve velké míře na rodiče a menší procento chlapců i na kamarády. V názoru, zda televize nebo internet ovlivňuje vztah mezi lidmi se přikláněly k odpovědi: nevím. Ve svém volném čase všichni respondenti nejraději chodí ven s kamarády a surfují na internetu. Z jiných aktivit převládá hra na hudební nástroj a jiné zájmové kroužky.

H1 Děti prožívají více volného času u PC. Provedeným průzkumem bylo zjištěno, že děti prožívají více volného času venku s kamarády než doma u PC. **Hypotéza se nepotvrdila.**

H2 Děti věří tomu, co vidí a slyší v TV, na internetu a čtou v novinách a časopisech.

Tato hypotéza se potvrdila jen částečně, jelikož odpovědi dětí nebyly zcela jednoznačné. 77% dětí věří informacím jen částečně, 18% věří všemu a pouze 5% nevěří informacím z médií.

H3 Televize je dětmi více využívaným médiem než PC.

Průzkumem bylo zjištěno, že televize je médiem, který slouží nejen k zábavě, k vyplnění volného času a k získávání informací, ale i jako kulisa při jiných činnostech. Hypotéza se potvrdila v celém svém rozsahu.

4.3 Dílčí závěr

Domnívám se, že respondenti z mého průzkumu se řadí do kategorie sociálně dobře fungujících rodin. Vyplývá to z jejich dobrého školního prospěchu i hodnocení. Velmi malé procento mělo kázeňské přestupky nebo zkušenosti s kriminologickými faktory. V některých rodinách se dětem nedostává tolik pozornosti a starostlivosti jaké by si zasloužily. Řekl bych, že mnou zkoumaný vzorek dětí patří do lepšího průměru dětí, kterých se kriminologické faktory dotkly.

Závěr

Vliv reklamy na kriminalitu mládeže postihuje každou společnost. Proto jsem se v první části mé práce zaměřil na média, která reklamu přenášejí. Následně jsem provedl jejich členění a zmapoval stupeň sledovanosti.

Ve druhé části jsem pracoval se základními pojmy týkající se kriminality mládeže, které vedou k protiprávnímu jednání. Šlo o nastínění vývoje osobností dětí a mládeže a rozbor jejich trestné činnosti.

V praktické části jsem vycházel ze svého průzkumu, ve kterém jsem se zabýval poměrně malým vzorkem, a proto nemohu věrohodně nastínit skutečnost, jak velký vliv má reklama na kriminalitu mládeže. Z mého průzkumu vyplývá, že děti, se kterými jsem pracoval, nejsou tolik ovlivněny reklamou, a tudíž jejich kriminální činnost není tak pestrá jako tomu bývá ve větších městech.

Po vykonání odborné praxe na Základní Škole, Linecká 43 v Českém Krumlově se zamýšlím nad palčivým problémem, kterým je trávení volného času mládeže. Měl jsem možnost spolupracovat se školním psychologem, školní metodistkou prevence a výchovnou poradkyní, se kterými jsem konzultoval jednotlivé případy se znaky kriminologických faktorů. Většina problémového jednání dětí se stala po skončení vyučování, tedy v době, kdy už děti nebývají pod dohledem pedagogů a ještě ani rodičů, jelikož rodiče ještě bývají v zaměstnání, nebo jsou velmi vytíženi dalšími aktivitami. Myslím, že by společnost měla klást velký důraz na obnovení zdravého rodinného zázemí a zvýšení spolupráce se školními zařízeními. Plnohodnotně naplnit volný čas dětí a mládeže, který v lepším případě většina dětí tráví pasivně. Proto je třeba motivovat a zapojovat děti do společensky uznávaných, hodnotných volnočasových aktivit. Tato primární prevence může děti a mládež chránit před vlivem patologických jevů. Děti si plně neuvědomují, jak je důležité hodnotné využití volného času. V současnosti v boji s kriminalitou dětí a mládeže vidíme, jak se někteří jedinci stávají recidivujícími dospělými.

O výsledky průzkumu zpracované do bakalářské práce projevily zájem obě školy, ve kterých jsem průzkum prováděl. Tuto práci poskytnu jako zpětnou vazbu a interní metodiku prevence před patologickými jevy.

Resumé

Bakalářská práce je zaměřena na problematiku vlivu reklamy na kriminalitu mládeže. Cílem práce bylo popsat vývoj a současný trend reklamy a kriminogenních faktorů v životě mládeže a poukázat na nutnost regulace reklamy. V první části jsem se za pomoci odborné literatury pokusil zmapovat média, přinášející reklamu, zjistit v jaké míře reklamu produkují a v jakém rozsahu děti reklamu sledují. Ve druhé části se taktéž za pomoci odborné literatury zabývám problematikou vzniku kriminogenních faktorů v sociálních sférách výchovy a trávení volného času. Ve třetí části jsem empirickým šetřením, za užití kvantitativního průzkumu, zjistil současné trendy využívání médií a následně i vývoje kriminality mládeže.

Anotace

Práce spojuje rozbor, členění médií a popis vlivu reklamy v médiích na děti základní školy. Vymezuje v základních znacích trestnou činnost páchanou mládeží, která vzniká vlivem reklamy. Tato práce zároveň upozorňuje na důležitost rodinné výchovy, působení školy a efektivního využití volného času v plnohodnotném životě mládeže.

Klíčová slova

Děti, mládež, mladiství, reklama, média, kriminalita mládeže, výchova, rodina, škola, volný čas.

Annotation

The work puts together an analyse, structure of media and description of the influence of advert in media to the children in a school age. It defines in the basic features criminal activities committed by young people and influenced by advert. This work stresses the important role of education in the family and in the school as well as an effective use of leisure time as the basic conditions for a valuable life of young generation.

Key words

children, youth, youthful, advert, media, criminality of youth, education, family, school, leisure time.

Literatura a prameny

1. Zákon č.40/2009 Sb. s účinností od 1.1. 2010, TRESTNÍ ZÁKONÍK
2. Zákon č.40/1995 Sb. o regulaci reklamy a o změně a doplnění zákona č.468/1991 Sb., o provozování rozhlasového a televizního vysílání.
3. BERÁNKOVÁ, R. Jak děti vnímají reklamu. Propsy. 1998, 11 s.
4. BLAŽEK, B. Tváří v tvář obrazovce. 1. vydání. Praha: SLON, 1995. 199 s. ISBN 80-85850-11-7.
5. HVÍŽDALA, Karel. Moc a nemoc médií: rozhovory, eseje, a články 2000-2003. 1. vydání. Praha: Máj, 2003. 268 s. ISBN 80-86643-07-7.
6. CHMELÍK, J. Vyšetřování trestné činnosti mládeže a páchané na mládeži v teorii a praxi. 1. vydání. Praha: MV ČR, 1995.
7. JIRÁK, J., KÖPPLOVÁ, B. Média a společnost. 2. vydání. Praha: Portál, 2007. 208 s. ISBN 978-80-7367-287-4.
8. KOLÁŘ, M. Skrytý svět šikanování ve školách. Příčiny, diagnostika a praktická pomoc, 1. vydání. Praha: Portál, 1997, 128 s. ISBN 80-7178-123-1
9. KRAUS, Wolfgang. Televize – nový kontinent: Kultura nebo chaos? 1. vydání. Československá televize, 1991. 148 s. ISBN 80-85005-02-6.
10. KRAUS, B., POLÁČKOVÁ, V. Člověk, prostředí, výchova. Brno: Paido, 2001, 200 s. ISBN 80-7315-004-2.
11. MANDER, J. Čtyři důvody pro zrušení televize. 1. vydání. Brno: Doplněk, 2000. 358 s. ISBN 80-7239-063-5.
12. MATOUŠEK, O., KROFTOVÁ, A. Mládež a delikvence. 1. vydání, Praha: Portál, 1998. 340 s. ISBN 80-7178-226-2.
13. McLUHAN, Herbert Marschall. Jak rozumět médiím. 1. vydání. Praha: Odeon, 1991. 348 s. ISBN 80-20702-96-2.
14. MOŽNÝ, I. Rodina a společnost. 1. vydání. Praha: SLON, 2006, 303 s. ISBN 80-86429-58-X.

15. PETŘÍKOVÁ, Jana – ŠTĚPÁNEK, David. Média – prostředky transferu informací. 1. vydání. Brno: Masarykova univerzita, 1998. 47 s. ISBN 80-210-1992-1.
16. SPOUSTA, V. et al. Metody a formy výchovy ve volném čase. Brno: Masarykova univerzita, 1996. 82 s. ISBN 80-210-1275-7.
17. TOSCANI, O. Reklama je navoněná zdechlina. 1. vydání. Praha, Slovart, 1996. 173 s. ISBN 80-85871-82-3.
18. VYBÍRAL, Z. Psychologie lidské komunikace. 1. vydání. Praha: Portál, 2000. 263 s. ISBN 80-7178-291-2.
19. Evidenčně statistický systém kriminality Policejního prezidia ČR
20. <http://www.encyklopedie.seznam.cz//>

Přílohy

Příloha 1 - Dotazník pro žáky základní školy

Příloha č. 1

Vzor dotazníku :

1. Jsem:

- a) dívka
- b) chlapec

2. Kolik mi je let?:

3. Kde bydlím?:

- a) ve městě
- b) na vesnici
- c) na samotě

4. Volný čas prožívám:

- a) venku s kamarády
- b) u PC s internetem
- c) sledováním TV
- d) jinak.....

5. Ve svém pokojíku mám :

- a) PC
- b) televizor
- c) obojí
- d) ani jednu z uvedených možností

6. K čemu využívám počítač:

- a) ke komunikaci s kamarády
- b) k získávání informací
- c) k hraní her
- d) jinak.....

7. Knihy či časopisy, které čtu, si vybírám :

- a) sám (a)
- b) rodiče
- c) na doporučení
- d) nečtu rád (a)

8. Jaké pořady sleduji rád (a) v TV?:

- a) pohádku
- b) film pro pamětníky
- c) horor
- d) erotický film
- e) hudební hitparádu
- f) zpravodajství
- g) přírodopisný pořad
- h) sportovní přenos
- i) animovaný seriál
- j) soutěžní pořad
- k) akční film
- l) jiný pořad, který.....

9. Poslouchám rozhlas?:

- a) ano
- b) ne

10. Myslím si, že mě mohou média ovlivnit?:

- a) ano
- b) ne, nemohou

11. Věřím tomu, co vidím a slyším v TV, na internetu a čtu v novinách, časopisech?:

- a) ano, všemu
- b) částečně
- c) ne, nevěřím

12. Považuji zákaz PC za trest?:

- a) ano
- b) ne

13. Kolik hodin denně jsem u PC?:

- a) méně než 1 hodinu
- b) méně než 4 hodiny
- c) více než 4 hodiny
- d) nejsem denně u PC

14. Považuji za trest zákaz TV?

- a) ano
- b) ne

15. Kolik hodin denně sleduji TV?:

- a) méně než 1 hodinu
- b) méně než 4 hodiny
- c) více než 4 hodiny
- d) nesleduji TV denně

16. Reklamy na plakátech, v TV či v rozhlase mě ovlivňují?:

- a) ano, vždy
- b) občas, vybírám si
- c) ne, neovlivňují

17. Co udělám, když se vrátím domů ze školy?:

- a) zapnu PC, TV
- b) píši domácí úkoly, učím se
- c) jdu s kamarády ven
- d) mám zájmové kroužky
- e) jiná možnost.....

18. PC a TV mi přináší?:

- a) vyplňuje mi volný čas
- b) informace
- c) odreagování
- d) zábavu
- e) vzrušení
- f) něco jiného, co.....

19. Při řešení problému se obracím? :

- a) na rodiče
- b) na kamaráda
- c) na internet
- d) jinak.....

20. Svě „vzory“ hledám?:

- a) v rodičích
- b) v kamarádech
- c) v TV
- d) v PC
- e) nehledám

21. Ovlivňuje podle mého názoru TV vztah mezi lidmi?:

- a) k horšímu
- b) k lepšímu
- c) neovlivňují
- d) nevím

22. Ovlivňuje podle mého názoru PC vztah mezi lidmi?:

- a) k horšímu
- b) k lepšímu
- c) neovlivňují
- d) nevím

23. Co je pro mě důležité?:

- a) být fyzicky zdatný (á)
- b) být hezký, zdravý (á)
- c) mít dobrý vztah k rodičům
- d) mít dobré kamarády
- e) mít dost času na zábavu
- f) získat vyšší vzdělání

24. Které webové stránky sleduji nejčastěji?:

25. Byl jsem vyšetřován Policií ČR?

- a) ne
- b) ano, důvod.....

26. Dopustil jsem se kriminálního jednání?

- a) ne
- b) ano
- c) samostatně
- d) v partě

27. Mám zkušenost s :

- a) kouřením cigaret
- b) kouřením marihuany
- c) alkoholem
- d) jiná možnost

28. Choval jsem se hrubě ke spolužákům?

- a) ne
- b) ano a proč?

29. Byl jsem za školou?

- a) ne
- b) ano a proč?