



Pedagogická
fakulta
Faculty
of Education

Jihočeská univerzita
v Českých Budějovicích
University of South Bohemia
in České Budějovice

Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích
Pedagogická fakulta
Katedra psychologie

Bakalářská práce

Vliv médií na zkušenosti s pandemií Covid-19

The influence of the media on the experience of the Covid-19
pandemic

Vypracovala: Kristýna Daublebská
Vedoucí práce: prof. PaedDr. Iva Stuchlíková, CSc.

České Budějovice 2021

Prohlášení

Prohlašuji, že svoji bakalářskou práci na téma Vliv médií na zkušenosti s pandemií Covid-19 jsem vypracovala samostatně, pouze s použitím pramenů a literatury uvedených v seznamu citované literatury.

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

V Českých Budějovicích

.....

Poděkování

Chtěla bych poděkovat prof. PaedDr. Ivě Stuchlíkové, CSc., vedoucí mé bakalářské práce, za odborné vedení, poskytování cenných rad a čas, který mi věnovala.

Abstrakt

Bakalářská práce se zabývá tématem médií a jejich vlivem na prožívání v době pandemie Covid-19. Teoretická část práce se zabývá popisem různých druhů médií a jejich vlivem na společnost, definicí veřejného mínění a principy šíření informací. Protože je Covid-19 krizovou situací, bakalářská práce se věnuje i definováním krizových situací. Ve výzkumné části se práce věnuje kvalitativní a kvantitativní analýze dat z výzkumu JUPSYCOR. V kvalitativní části je analýza zaměřená na detailnější studii toho, jak respondenti hodnotili vliv médií. V kvantitativní části došlo k hledání souvislostí mezi jednotlivými výskyty kódů, které vznikly pomocí kvalitativní analýzy.

Klíčová slova: Covid-19, média, vliv médií, krizová situace

Abstract

This Bachelor's thesis deals with the influence of media on the wellbeing of people during the Covid-19 pandemic. Theoretical part of this thesis describes several different types of media and their influence on the society as well as the definition of public opinion and the principles of dissemination of information. Because the aforementioned pandemic is a crisis situation, the thesis also defines those situations. Research part of this thesis focuses on quantitative and qualitative analysis of data from the JUPSYCOR research. The qualitative analysis is focused on a detailed study of the influence of media as ranked by respondents. The quantitative part of this thesis focuses on finding (correlation/context) between the codes created during the qualitative analysis.

Keywords: Covid-19, media, influence of media, crisis situation

Obsah

1	ÚVOD	8
I.	TEORETICKÁ ČÁST	9
1.	MÉDIA	9
1.1	TYPY MÉDIÍ	9
1.1.1	<i>Tisk</i>	10
1.1.2	<i>Rozhlas</i>	11
1.1.3	<i>Televize</i>	11
1.1.4	<i>Internet</i>	11
1.1.5	<i>Sociální sítě</i>	13
2	VEŘEJNÉ MÍNĚNÍ	14
3	VLIV MÉDIÍ NA SPOLEČNOST	15
3.1	MANIPULACE A MÉDIA	15
3.2	DRUHY MANIPULACE	16
4	PRINCIPY ŠÍŘENÍ INFORMACÍ	19
4.1	ZAPAMATOVÁNÍ INFORMACE	19
4.1.1	<i>Paměť</i>	19
4.1.2	<i>Role opakování</i>	20
4.1.3	<i>Role emocí</i>	20
4.1.4	<i>Role vytěsnění</i>	21
4.2	ZPŮSOBY ŠÍŘENÍ INFORMACÍ	22
4.2.1	<i>Šíření informací a dezinformací v době pandemie Covid-19</i>	23
5	ČLOVĚK A KRIZOVÁ SITUACE	24
5.1	KRIZE	24
5.2	PROŽÍVÁNÍ KRIZE	25
5.3	CHOVÁNÍ V KRIZI	26
II.	VÝZKUMNÁ ČÁST	28
6	CÍL PRÁCE	28
6.1	VÝZKUMNÉ OTÁZKY	28
7	METODY VÝZKUMU	29
7.1	VÝZKUMNÝ SOUBOR	29
7.2	ETIKA VÝZKUMU	30
7.3	ANALÝZA VÝZKUMU	30

8	VÝSLEDKY	32
8.1	KVALITATIVNÍ ČÁST	33
8.1.1	<i>Kategorie: Negativní účinky</i>	33
8.1.2	<i>Kategorie: Pozitivní účinky</i>	35
8.1.3	<i>Kategorie: Vnímání vážnosti situace</i>	36
8.2	KVANTITATIVNÍ ČÁST	38
8.2.1	<i>Výzkumná otázka 2</i>	38
8.2.2	<i>Výzkumná otázka 3</i>	40
9	DISKUSE	45
10	ZÁVĚR	46
	SEZNAM LITERATURY	47
	SEZNAM OBRÁZKŮ, TABULEK A GRAFŮ	51
	PŘÍLOHY	52

1 Úvod

Tato bakalářská práce vychází z dat, která poskytl výzkum JUPSYCOR Jihočeské univerzity v Českých Budějovicích. Výzkum se zabýval lidským prožíváním v době pandemie Covid-19 a jedná o jeden z řady psychologicky orientovaných výzkumů v ČR, podle našich znalostí však jediný zaměřený na výpovědi o subjektivním prožívání pandemické situace.

Jelikož jsem se mohla podílet na zpracovávání dat získaných tímto výzkumem, mohla jsem později tato data využít pro svou práci. Rozhodla jsem se zaměřit na média a jejich vliv na prožívání v době pandemie Covid-19, protože média jsou v současné době téměř všudypřítomná a ve společensky vyhocených situacích se jejich role zvýrazňuje.

Cílem práce je detailně analyzovat sebraná data a zjistit, zda se objevují nějaké souvislosti mezi sledováním médií a způsobem prožívání pandemie respondenty.

V teoretické části se budu věnovat problematice médií. Konkrétně budu popisovat různé typy médií, jejich vliv na společnost a způsoby šíření informací. Protože pandemie Covid-19 je krizovou situací, budu se věnovat právě krizovým situacím a tomu, jak se člověk během těchto situací chová.

Ve výzkumné části se budu věnovat kvalitativnímu a kvantitativnímu rozboru získaných dat. Popíši jednotlivé metody, které jsem použila při analýze dat a uvedu výsledky mého výzkumu.

I. Teoretická část

1. Média

Slovo médium původně vychází z latiny, kde nese význam prostředník nebo zprostředkovatel. Tento pojem se objevuje napříč různými obory, kterými jsou například výpočetní technika, přírodovědné obory nebo sociální vědy. Přesto, že se jedná o nesouvisející obory, v každém oboru je za médium označován prostředek ke komunikaci nebo sdílení. V běžném životě se pojem média používá pro sdělovací prostředky, a to zejména masového charakteru (Pavlíček, 2010).

Pod masová média lze zařadit periodický tisk, rozhlasové a televizní vysílání a v neposlední řadě veřejně přístupná sdělení na internetu. Internetová sdělení mohou být zprostředkovávána různými formami. Jedná se například o servery zpravodajské, sebereprezentativní (Facebook, Instagram aj.), portály, na které uživatelé nahrávají vlastní příspěvky (YouTube). Tyto internetové platformy mají společné charakteristické rysy – využívat je může neomezený počet uživatelů, jejich obsahy jsou pro uživatele z různých důvodů užitečné (ponaučení, zábava, orientace ve světě), obsahy jsou nabízeny průběžně, jejich existence závisí na zájmu a potřebách samotných uživatelů (Jirák & Köpplová, 2009).

„Standardní slovníková definice vymezuje heslo „masa“ jako „seskupení, v němž se ztrácí osobnost“ (aggregate, in which individuality is lost – Shorter Oxford English Dictionary).“ (McQuail, 2009, s. 65). Masová média získala svůj přívlastek díky nabízení svého sdělení velkému množství lidí. Vytrácí se zde jedinečnost individua a vytváří se vnitřně málo nebo vůbec diferenciovaná množina – neboli „masa“ (Jirák & Köpplová, 2009).

1.1 Typy médií

Média lze kategorizovat do různých kategorií podle toho, jaké společenské vztahy vytvářejí či podporují. Rozlišujeme **média interpersonální** - podporují komunikaci, čili sdělování informací mezi dvěma jedinci, kteří se vzájemně chápou jako individua. Dalším důležitým charakteristickým znakem pro interpersonální média je možnost přijímání

a posílání vzkazů z obou stran. Mezi tento typ médií patří například dopis, e-mail, telefon apod. (Jirák & Köpplová, 2007).

Oproti tomu stojí kategorie **masová média**. Tato média slouží k celoplošnému sdělování informací, nejedná se o přímé sdělení konkrétnímu jedinci, naopak je sdělení zaměřeno na vysoký počet jedinců. Informace tedy zprostředkovává jeden zdroj publiku, které je tvořeno velkým množstvím lidí. Podstatou masových médií je, že nepodporují oboustrannou komunikaci. Vyskytuje se zde role podavatele informace a příjemce. Za příjemce se v případě masových médií považují početné skupiny lidí. Patří sem například noviny, televizní a rozhlasové vysílání, internetové vysílání apod. (Jirák & Köpplová, 2007).

Někteří autoři rozlišují média ještě na třetí typ – **síťová média**. Tato média lze používat jako interpersonální i masová zároveň. Podporují vytváření nových sociálních vztahů a vytvářejí síť, ve které může být každý jedinec v roli podavatele i příjemce (například společné chaty na sociálních sítích) (Jirák & Köpplová, 2007).

Dále je možné média třídit podle toho, na jaký lidský smysl působí. Některá média působí na sluch (jedná se například o rozhlas – masové médium, nebo telefonický hovor – interpersonální médium), jiná na zrak (knihy, noviny, dopis atp.), hmat (zpráva napsaná Braillovým písmem) nebo na více smyslů najednou, například na zrak a sluch (televizní vysílání) (Jirák & Köpplová, 2007).

1.1.1 Tisk

Pod pojem tisk patří především periodika – noviny a časopisy, které vycházejí pravidelně a jsou určeny pro širokou veřejnost. Dalším typem jsou neperiodické tiskoviny, které vycházejí příležitostně, případně ještě periodické tiskoviny určené pro specifický okruh lidí (např. zájmové časopisy). Důležitou vlastností masových tiskovin je jejich schopnost podílet se na utváření veřejného, politického a kulturního života (Bednařík et al., 2019).

Některé neperiodické tisky jako jsou knihy s romantickými příběhy, tajemnými příběhy atp. mají také masové rysy. Konzumují je početné skupiny čtenářů a jsou dostupné všude po světě (Bednařík et al., 2019).

1.1.2 Rozhlas

V dřívější době byl rozhlas nevlivnějším médiem, postupem času ho upozadil příchod televize. Slouží jako zprostředkovatel informací, zábavy (největší podíl má hudba) a vytváří zvukovou kulisu. Je všudypřítomný, například při jízdě v autě, v práci nebo při nakupování v obchodech (Postler, 2003).

Rozhlas nezaměstnává zrak, ale pouze sluch – jedná se o audio přenos. U jedince to, co slyší, vyvolává emoce, a ty poté vytváří nějaké představy. Tím, že je rozhlas zvukové médium, je zpráva pro jedince snadněji srozumitelná, než zpráva vizuální. Je to dáno lidským mozkiem, který rychleji zpracuje právě zvukové informace (Postler, 2003).

1.1.3 Televize

Televize je sdělovacím prostředkem, který poskytuje zvuk i obraz zároveň, jedná se tedy o audiovizuální masmédiu. Je nástupcem rozhlasu, knih a časopisů. Je atraktivní hlavně pro svou schopnost převyprávět příběh bez nutnosti čtení knihy nebo soustředěného poslechu rozhlasu. Díky barevnému obrazu doprovázeném zvukem, působí na více smyslů a přináší více podnětů (Říčan & Pithartová, 1995).

Existuje několik teorií o vlivu televize na člověka. Například sledování násilí v televizi u dětí může vést k vyšším sklonům projevu násilí v jejich pozdějším věku. Díky sociálnímu učení si děti osvojují okoukané projevy ostatních lidí a může tak dojít ke zvnitřnění právě onoho agresivního chování. Korelace mezi sledováním násilí a jeho projevem závisí na věku jedince. Důležité jsou ale i na charakterové rysy a prostředí (Huesmann & Malamuth, 1986).

1.1.4 Internet

Samotné slovo internet vychází ze spojení dvou anglických slov INTERnational NETwork, což v překladu znamená mezinárodní síť. Internet představuje zdroj obrovského množství informací, ke kterým se lze dostat pomocí počítače nebo mobilního telefonu, který touto funkcí disponuje. Díky internetu svoboda slova nabyla úplně nového rozměru, neboť na internet může sdílet kdokoliv doslova cokoliv (Preston, 2003).

Internet velmi ovlivňuje dnešní dobu a je součástí každodenních záležitostí. Zpočátku sloužil jako komunikační systém americké armády, později jako komunikační systém několika univerzit, až se z něj stal prostředek komunikace celé akademické obce. Dnes už je volně přístupný každému, kdo vlastní přístroj, který mu umožní připojení k internetu (Giles, 2012).

Prostřednictvím internetu dosahují nová masmédiá takřka infinitní počet podob (Pavlíček, 2010):

- 1) Služby webu
- 2) Služby webu 2.0
- 3) On-line hry a virtuální světy
- 4) Internetové formy komunikace (např. e-mail, chat)

1) Služby webu

Web disponuje nízkou interaktivitou, přesto právě díky němu se stal internet populárním a masově rozšířeným. Důležitou vlastností tohoto média je, že je trvalé a aktuální. Před jeho nástupem byla média buďto trvalá (např. tisk), jejichž schopnost rychle aktualizovat informace je omezená, oproti tomu rádio nebo televize, které byly schopny reagovat okamžitě, ale informace po odvysílání nebyla uchována. Web spojuje tyto dvě kvality dohromady.

2) Služby webu 2.0

Web 2.0 je druhou generací webových služeb. Umožňuje uživatelům nejen navštěvovat, ale i tvořit obsah. Obsah mohou vytvářet pomocí nových platforem, jako jsou sociální sítě (Facebook, Instagram), blogy nebo internetové knihovny (Wikipedia).

3) On-line hry a virtuální světy

On-line hry mohou hráčům zprostředkovávat virtuální světy, které působí velmi realisticky. V těchto světech se současně pohybuje několik tisíc hráčů a probíhají mezi nimi vzájemné interakce. Ve hře se pohybují za pomoci vytvořených fiktivních postav a mohou díky nim žít virtuální život ve světě, kde existují často jiná pravidla než ve světě reálném.

4) Internetové formy komunikace

Hlavním znakem internetu, který jej odlišuje od ostatních médií, je snadná komunikace, kterou podporuje. Internet je nejpoužívanějším komunikačním médiem dnešní doby, a to hlavně díky své dostupnosti a jednoduchosti.

E-mail je elektronická pošta – stal se oblíbeným komunikačním nástrojem, protože jeho používání je prakticky zdarma. Mimo to disponuje rychlostí, jakou je schopen zprávu doručit. Jedná se o revoluční vynález, který dokázal spojit lidi napříč světem.

Chat je prostředek on-line komunikace, který dovoluje účastnit se konverzace více lidem najednou. Lidé mohou posílat textové zprávy, případně zahájit audiochat (kdy je přenášén zvuk) nebo videochat (přenášén je zvuk i obraz).

1.1.5 Sociální sítě

Sociologie definuje sociální síť jako propojenou skupinu lidí, kteří se navzájem ovlivňují, přičemž mohou (ale nemusí) být příbuzní. Sociální síť se tvoří na základě společných zájmů, rodinných vazeb nebo z jiných více pragmatických důvodů, jako je např. ekonomický, politický, či kulturní zájem. (Pavlíček, 2010, s. 125)

Jak už bylo výše zmíněno, sociální sítě spadají do oblasti webu 2.0. Sociální síť je systém, který umožňuje propojovat kontakty. Lidé používající daný server se mohou vyhledávat a vytvářejí tak tzv. virtuální komunitu. Uživatelé mají možnost sdílet informace o sobě, nahrávat své fotografie, přidávat textové sdělení - nově třeba sdílet navštívenou polohu atd. I přesto, že sítě v současnosti nabízejí široké spektrum možností, hlavní důvod, proč se lidé k sítím přihlašují, je, že síť používají ostatní známí lidé v okolí.

Užívání sociálních sítí naznačuje pozitivní vliv na well-being ve spojitosti s tím, že je člověk přijat a má pocit, že někam patří, ale zároveň se vyskytuje nebezpečí toho, že bude jedinec vystaven nepřijetí a kritice ze strany ostatních uživatelů (Clark et al., 2018).

2 Veřejné mínění

Veřejnost je sociální formací, kde lidé sdílí stejný zájem, mluví o něm a společně se jej snaží dosáhnout. Mínění je verbalizovaný projev, kterým lidé vyjadřují své postoje (Dubský et al., 2006).

Veřejné mínění je celek názorů, který je diferencovaný a strukturovaný. Dle Rousseaua, který se považuje za autora termínu, je veřejné mínění jedním ze zákonů, který upravuje a usměrňuje chod společnosti. Je však také nepřítelem individuality. Koncem 19. století bylo veřejné mínění chápáno jako nadindividuální realita, kterou lze rozebrat na jednotlivá individuální mínění. Od tohoto pojetí sociologové odstoupili v 30. letech a začali k veřejnému mínění přistupovat přes individuum a individuální psychiku (Dubský et al., 2006).

V sociologii veřejného mínění se projevuje přístup, který charakterizuje veřejné mínění jako soubor individuálních mínění, na která je možno nahlížet jako na hromadný statistický jev (je to významný předpoklad pro použití individuálních rozhovorů při zkoumání veřejného mínění). (Dubský et al., 2006, s. 66)

Vychází z toho, že veřejné mínění je bráno jako soubor individuálních hodnotících soudů (Dubský et al., 2006).

Zásadní vliv na utváření veřejného mínění mají především média. Zprostředkovávají informace ze světa, který je mimo fyzickou zkušenost. Realita, kterou média zprostředkovávají, není skutečná, ale zkreslená. Zprávy masových médií jsou klíčovým nástrojem pro manipulaci s míněním veřejnosti. Témata do zpráv jsou vybírána na základě toho, jakého výsledku chtějí média dosáhnout. Může se například jednat o politický záměr s vidinou ovlivnění voleb. Vlastníkem média může být politik nebo někdo, kdo bude mít prospěch z výsledku voleb. Proto se snaží své čtenáře/diváky přesvědčit o správnosti jeho názoru (Ftorek, 2012).

Mezi funkce veřejného mínění se řadí především funkce demokratizační, kontrolní a morální. Díky demokratizační funkci je vytvářen tlak na správní orgány, které musí dbát na názory občanů. Funkce kontrolní funguje jako dozor, který hlídá, jestli byly naplněny sliby, které dali například politici. Morální funkce veřejného mínění soudí činy a jednání jedinců (Kohout, 1999).

3 Vliv médií na společnost

Média jsou jedním z hlavních informačních zdrojů, které podávají zprávu společnosti o aktuálním dění na našem území nebo ve světě. Jsou nositeli dobrých i špatných zpráv. Způsob, jakým zprávu podají, má velký podíl na vnímání zprávy společností. Mají tedy zásadní vliv na utváření veřejného mínění. Mohou společnost stmelovat nebo naopak rozdělovat. Jejich moc spočívá ve schopnosti rychle přinést veřejnosti nové otázky a problémy – může se jednat o problémy opravdové nebo problémy uměle vytvořené. Termín „agenda setting“ označuje proces, který vybírá témata, o která se má veřejnost zajímat a méně důležitá upozadí. Právě díky této strategii mají média velký vliv, protože mají schopnost vybírat společnosti témata, která chtějí, aby byla pro ni důležitá (Tomandl, 2011).

Média nepodávají zprávy o přesné realitě, protože informace jsou více či méně zkreslené. Zprávy vytvářejí reportéři, kteří jsou stejně, jako jakýkoliv jiný člověk, ovlivněni svými politickými názory, zkušenostmi nebo přesvědčením, tím pádem i přesto, že se snaží zprávu podat co nejpřesněji, je třeba si uvědomit, že každá zpráva bude vždycky v nějaké míře ovlivněna autorem. Může nastat i situace, kdy jsou reportéři ze strany vedení nuceni vydávat zprávy, které nemusí být nutně za jedno s jejich přesvědčením. Většina médií má soukromého vlastníka, tedy není jejich hlavním cílem informovat objektivně, ale vydávat zprávy za účelem zisku (Tomandl, 2011).

Média používají nejrůznější prostředky k ovlivňování společnosti. Některé ze zpráv mohou například přímo působit na emoce a tím u člověka vyvolat určité vzorce chování, kterých se dopouští nevědomě na základě zprávy, kterou mu média zprostředkovala.

3.1 Manipulace a média

Termín manipulace znamená jakýkoli posun čehokoli. V logistice je tento termín používán při posunu materiálu, v jiných oborech jde o změnu v lidském myšlení – právě v tomto smyslu je používána manipulace v médiích. Manipulace bývá skrytá a může být více či méně intenzivní. Při snaze dosáhnout oné změny v myšlení může být použit nátlak, vyhrožování nebo v krajních případech i násilí (Verner, 2011). Podle Venera (2011)

se v médiích objevují tři hlavní kategorie manipulace. První je cílená manipulace, která se snaží změnit postoj příjemce. Druhou kategorií je zkreslování reality za účelem pobavení příjemce a poslední kategorií je omyl novináře (zkreslení zprávy překladem nebo subjektivními vlivy), který má manipulační důsledky.

3.2 Druhy manipulace

Maciej Iłowiecki (2008) rozděluje manipulaci v médiích na několik různých druhů:

- 1) pořádek prezentace
- 2) spirála mlčení
- 3) efekt třetí osoby
- 4) skrytá persuaze
- 5) efekt mediální inscenace událostí neboli realita dvojitého dna

1) Pořádek prezentace

Jedná se o jev „agenda setting“ (v překladu denní pořádek), který byl již zmíněn v úvodu kapitoly. Dochází k výběru témat, která jsou vhodná pro zveřejnění a určuje se pořadí, ve kterém budou sdělena. Rozhoduje se o čase i místě, kde bude zpráva zveřejněna. Právě ono určení pořádku prezentace ovlivňuje to, co společnost považuje aktuálně za největší problém.

Existují různá kritéria pro tvorbu pořádku prezentace. Média mohou mít za cíl zprostředkovávat zprávy, které mají skutečný význam, jsou pravdivé, objektivní, nestranné a vyvážené. Právě vyváženost může být jedním z nejtěžších kritérií. Pro média je podstatně snazší šířit negativní zprávy, které se snadněji podají zajímavým způsobem, než ty dobré, u kterých je zajímavé zpracování o mnoho náročnější. Bohužel ve většině médií mají větší roli faktory, které zvyšují sledovanost, nebo hrají ve prospěch politického zájmu majitele média, vytrácí se tím pádem nestrannost.

Je obecně známo, že člověka nejvíc přitahují témata, ve kterých se objevuje sex, násilí, různé katastrofy nebo neštěstí. Sledovanost mají i drby ze života slavných.

Lidé se postupně učí přijímat realitu tak, jak ji média zprostředkovávají. Přemýšlejí tedy v kategoriích senzace, konfliktu, zla, moci a úspěchu. Sledování těchto pozitivních kategorií může mít za následek vytrácení hodnot, smyslu a zodpovědnosti.

Média nutně nevnucují, co si má společnost myslet, ale silně ovlivňují to, o čem společnost přemýšlí (Iłowiecki & Žantovský, 2008).

2) Spirála mlčení

Pokud má jedinec názor, který se neztotožňuje s názorem většiny, většinou si svůj názor nechá pro sebe. Tím, že zastává menšinový názor dochází k pocitu izolace a ten vede k tomu, že jedinec se svého názoru postupem času zřekne a přijme názor většinový (Iłowiecki & Žantovský, 2008). Toto demonstruje i slavný Aschův experiment, který zkoumá konformitu. Jedinec, jenž je přehlasován většinou, s menší pravděpodobností řekne svůj vlastní pohled na věc.

Média jsou si tohoto jevu vědoma a záměrně propagují názory, které vycházejí z průzkumů veřejného mínění jako názory většinové. Nebezpečím je především vytrácení názoru menšiny, které má negativní dopad na veřejný život, kulturu a politiku. V některých případech nebývá názor většiny rozumný a správný a pravda může být na straně menšiny. Navíc názor veřejného mínění mohou zmanipulovat vlastníci médií a obrátit ho ve svůj prospěch. Spirála mlčení vzniká právě díky potlačování názorů menšiny. Jedinci zastávající menšinový názor se nevyjadřují a svůj názor nesdělují ani v průzkumech. Naopak o jedincích zastávajících opačný názor je slyšet víc a průzkumů se účastní ochotně. Tím pádem dochází k dalšímu ovlivnění veřejného mínění. Narůstá počet mlčících jedinců a ve společnosti dochází ke sjednocování většinového mínění (Iłowiecki & Žantovský, 2008).

McQuail (2009) uvádí, že pokud v médiích některý názor převládá, bude s velkou pravděpodobností ovlivňovat utváření osobního mínění.

3) Efekt třetí osoby

U lidí vzniká častý problém, že mají tendenci zdůrazňovat vliv médií na jejich okolí, ale nejsou si vědomi vlivu na ně samotné. Média využívají tohoto jevu a působí na ty jedince, kteří vliv podceňují a mají pocit, že jsou proti vlivu odolní. Tento jev

se nazývá efekt třetí osoby právě díky gramatickému významu, že jde o někoho jiného než mě, tebe, nás, vás. Jde o někoho, kdo je mimo nás. Díky tomuto dojmu dochází k oslabení pozornosti, proto jsou potom tito lidé snadnějším terčem (Iłowiecki & Žantovský, 2008).

4) Skrytá persuaze

Skrytá persuaze, jinými slovy skryté přesvědčování, je nejnebezpečnější metodou manipulace, která ovlivňuje lidi. Pro laiky je obtížně rozpoznatelná. Jde o podávání informací způsobem, že se jedná o jednoznačnou pravdu, přesto že může jít například o politický názor, který zastává jen nějaká skupina lidí. Často se operuje se slovy, která mají nejasný nebo mnohoznačný význam, to dává jedinci prostor pro uchopení významu způsobem, který mu zprostředkuje producent. Příjemce slovům nerozumí a cítí se zahanbeně, díky tomu snadno uvěří producentovi, protože vytváří dojem, že přesně ví, o čem mluví. Z tohoto důvodu je skryté přesvědčování nejúčinnější u nevzdělaných jedinců, tzv. funkčních analfabetů. Jsou to lidé, kteří jsou sice gramotní, ale nedokážou o věcech kriticky přemýšlet. Skryté přesvědčování podává informace, které jsou diskutabilní nebo rovnou falešné, ale podává je tak přesvědčivým způsobem, že to na první pohled vypadá, že se jedná o pravdu. Aby tomu média dodala na důvěryhodnosti, bývá zpráva často podložena vědeckými výzkumy a statistikami (Iłowiecki & Žantovský, 2008).

Slavný Yale-Hovlandův model efektivity sdělení studuje podmínky, za kterých lidé s největší pravděpodobností změní postoj. Carl Hovland uvádí, že aby sdělení vyvolalo změnu chování, musí projít pěti stádii. Jde o expozici, registraci, pochopení, akceptování a uchování.

5) Efekt mediální inscenace událostí neboli realita dvojitého dna

Tato metoda vytváří uměle nastalé situace. Jedná se o nekalou techniku, která může být až na hranici zákona. Novinář může dotazovaného podvést během rozhovoru a záměrně ho nachytat na nějaké otázce, aby mohl demonstrovat negativní společenské jevy (Iłowiecki & Žantovský, 2008).

4 Principy šíření informací

Termín informace pochází z latinského slova „informare“. V překladu má hned několik významů – tvarovat, formovat, zobrazovat, vytvářet představu apod. Latinské „informatio“ nese význam představa, pojem a obrys. Tento výklad poukazuje na souvislost s lidským vědomím, od kterého se oddělil až později se vznikem písma a dalších znakových symbolů (Cejpek, 2005).

Pojem informace se v současné době objevuje napříč různými obory jako je například technika, ekonomie, politika nebo kultura (Toman, 2003).

Cejpek (2005) uvádí: „Informace je pojem, s nímž se každý člověk setkává téměř denně. Je to jev univerzální, pevně spjatý nejen s každodenním životem člověka a společnosti, ale i s živou i neživou přírodou“ (s. 13).

Pokud má být komunikovaný údaj považován za informaci, musí mít několik vlastností. Musí odstraňovat neurčitost, být odpovědí na otázku nebo mít schopnost organizovat. Aby měla informace organizační schopnost, musí splňovat dalších pět vlastností – být pravdivá, včasná, relevantní, úplná, srozumitelná a etická. Pokud informace nepodává pravdu, pak se jedná o desinformaci (Beneš, 2010).

U etické vlastnosti informace se objevuje častý problém. Například některé reklamy jsou na hraně etičnosti. V otázce etiky se však toto netýká jen reklam, ale třeba i politických debat nebo zastrašování při řešení konfliktů (Beneš, 2010).

4.1 Zapamatování informace

Pro zapamatování informace hraje nezbytnou roli v životě člověka paměť. To, jakým způsobem se vzpomínky ukládají, může ovlivňovat spousta faktorů. Patří mezi ně například prožívané emoce, frekvence toho, kolikrát byl jedinec informací vystaven nebo i obranný mechanismus, který vzpomínky vytlačuje.

4.1.1 Paměť

Paměť je psychická funkce, díky které je člověk schopen se učit. Bez paměti by člověk nebyl schopen reflexe vlastní existence a jeho život by se skládal jen z momentálních

epizod, které by byly útržkovité a neměly by mezi sebou žádný vztah (Plháková, 2004). Z nejširšího hlediska lze paměť rozdělit na krátkodobou a dlouhodobou.

Krátkodobá paměť disponuje schopností podržet a vybavit si informaci okamžitě. U člověka je známo tzv. magické číslo 7 ± 2 , které odpovídá kapacitě u krátkodobé paměti, která není velká. Bez úmyslného opakování zůstávají informace v krátkodobé paměti patnáct až třicet sekund (Plháková, 2004).

Paměť dlouhodobá je schopna uchovat velké množství informací. Proces konsolidace informací v paměti trvá zhruba třicet minut. Uchovávají se informace získané lidskými smysly i vnitřní psychické obsahy - sny, myšlenky, city atp. (Plháková, 2004).

4.1.2 Role opakování

V době pandemie Covid-19 byla všechna média plná zpráv o vývoji situace. Opakování tématu bylo všudypřítomné.

Pokud jde o učení a ukládání informace do paměti, pak četnost vystavení je zásadním faktorem. Toto platí u záměrného i bezděčného učení. Pro ukládání informace do dlouhodobé paměti je zásadní především tzv. sémantické kódování, na kterém se podílejí konceptuální subsystémy krátkodobé paměti. Do paměti se tímto způsobem ukládá informace na základě celkového významu, a proto si často opakované informace, u kterých jsme zachytili jejich celkový význam, ukládáme do paměti, aniž bychom se o to záměrně snažili. Platí to zejména pro situaci, kdy je tato informace subjektivně významná a působí také například na emoce jedince (Plháková, 2004).

4.1.3 Role emocí

Emoce ovlivňují psychické procesy, zejména motivaci, paměť a učení. „Emoce jsou provázány s kognitivními procesy velmi těsně, neoddělitelně a v každém okamžiku, už od raných počátků zpracování informace o působícím podnětu.“ (Stuchlíková, 2002, s. 120) Podle Nakonečného (2012) mají emoce roli integrační, motivační a organizační. Organizační v tom smyslu, že organizují duševní dění jedince. Z dlouhodobého hlediska ovlivňují emoce

proces učení, působí ale i na okamžité rovině v podobě motivace. Motivací je člověk nucen k uspokojování potřeb. Uspokojení potřeb pak přináší pozitivní emoce.

Emoce se výrazně podílejí na tom, co si člověk zapamatuje, vliv mají emoce pozitivní i negativní. Emoce rozhodují o tom, jestli je informace pro jedince důležitá či nikoliv, tím pádem se podílí i na tom, která informace se uloží do paměti. Mluvíme o tzv. citové paměti, která zpracovává a uchovává zážitky, které byly emočně zabarveny. Subjektivně významné informace se člověku vybavují snadněji než neosobní fakta (Nakonečný, 2000).

Pokud tuto teorii vztáhneme na mediální dění okolo nemoci Covid-19, lze říci, že zprávy, které v jedinci vyvolávaly strach nebo radost si jedinec zapamatoval přednostně. Protože byla média z většiny naplněna zprávami, které byly extrémní ve smyslu prezentace těch nejhorších případů z celého světa, lze očekávat, že díky strachu si lidé zapamatovali zlé zprávy a ostatní neměly takovou váhu.

4.1.4 Role vytěsnění

Vytěsnění neboli represe je jedním z obranných mechanismů, který představil ve své teorii Sigmund Freud. Definici tohoto pojmu několikrát změnil, ale na závěr definoval represi jako mechanismus, který udržuje nepřijatelné psychické obsahy mimo vědomí člověka (Freud, 1915). Nejde tedy o to, aby člověk nepříjemné vzpomínky zapomněl, nýbrž o to, aby si je vůbec nepřipouštěl (Plháková, 2004).

V případě pandemie Covid-19 je možné, že někteří jedinci si informace o situaci nepřipouštěli, protože na ně mohly nepříznivé zprávy ze světa působit tak negativně, že se zapojil právě obranný mechanismus vytěsnění.

4.2 Způsoby šíření informací

Holandští autoři J.L. Bordewijk a B. van Kaam (1986) popsali čtyři základní komunikační způsoby:

1) Projev

Informace je šířena z jednoho zdroje ke spoustě příjemců, kteří většinou nemají možnost přímo reagovat. Pod tímto typem komunikace si lze představit např. přednášku, koncert nebo televizní a rozhlasové vysílání. Tato sdělení přijímá ve stejný čas více jedinců najednou. Místo i čas volbou určuje zprostředkovatel sdělení (McQuail, 2009).

2) Konverzace a výměna

Účastníci konverzace na sebe vzájemně reagují, neobjevuje se zde zprostředkovatel. Na rozdíl od projevu si účastníci sami volí místo, čas i téma. Tento způsob komunikace funguje například při používání e-mailu. Pro konverzaci je běžným charakteristickým rysem, že účastníci jsou si v debatě rovni.

3) Konzultace

Konzultace je komunikační situací, ve které jedinec vyhledává informaci v centrálním skladu jako je knihovna, databanka nebo počítačový disk. Místo a čas si opět volí jedinec.

4) Registrace

Ve své podstatě je registrace opakem konzultace. V tomto případě získávají informace centra od jedinců. Běžným příkladem může být zaznamenávání hovorů operátorem nebo sběr dat, která měří sledovanost jednotlivých televizních kanálů. Jedinci většinou neví o tom, že centra tyto informace shromažďují.

4.2.1 Šíření informací a dezinformací v době pandemie Covid-19

Výzkum z března roku 2020 provedený na americké populaci ukázal, že až 30% dospělých věří, že nemoc Covid-19 byla vytvořena čínskou vládou za účelem biologické zbraně (Romer & Jamieson, 2020).

Schwarz uvádí pět kritérií podle kterých se lidé rozhodují, jestli jsou informace pravdivé. Jsou jimi důvěryhodnost zdroje, kompatibilita s dalšími existujícími informacemi, zda informaci věří ostatní, zda jsou informace interně konzistentní a jestli existují důkazy, které informaci dokládají (Schwarz, 2015). Schwarzova studie (1999) ukazuje, že lidé snadněji přijmou dezinformaci za pravdivou, pokud je snadné ji někde slyšet nebo si o ni přečíst. Výzkum z roku 2019 poukazuje na to, že lidé, kteří uvažují intuitivně mají větší sklon věřit dezinformacím než ti, kteří uvažují analyticky (Pennycook & Rand, 2019).

Během probíhající pandemie Covid-19 upozornila Světová zdravotnická organizace (anglicky World Health Organization – WHO), na vznik paralelně probíhající tzv. infodemie. Infodemie je příliš mnoho informací v digitálním i fyzickém prostředí, které přicházejí po propuknutí nemoci. Způsobuje zmatek a zapříčiňuje riskantní chování, které může ohrozit zdraví. Jedním ze zásadních problémů je, že infodemie může vést k nedůvěře ve zdravotnictví. Díky médiím se mohou informace šířit rychleji, totéž tedy platí i o dezinformacích, které mohou být pro společnost škodlivé. Šíření falešných zpráv může mít negativní dopad na boj proti šíření nákazy (World Health Organization, 2020).

5 Člověk a krizová situace

5.1 Krize

Krize je termín, který se objevuje napříč různými oblastmi, ve kterých působí člověk. Označuje negativní a problematickou situaci. Krize může být společenská, která se týká více lidí najednou, například hospodářská, ekologická, finanční nebo i krize, která se týká samotného jedince, jako je krize středního věku, životní krize, krize pubertální atp. (Vykopalová, 2007).

Psychologický slovník tento pojem vykládá jako extrémní psychickou zátěž, nebezpečný stav schopný vyvolat selhání dosavadních regulativních mechanismů, rozhodující životní událost nebo náhlý projev narušení rovnovážného stavu (Hartl & Hartlová, 2010).

Pro tuto práci je důležitá především krize vzniklá příčinou mimořádné události – pandemií Covid-19. Katastrofy a mimořádné události mají velký vliv na lidstvo – ať už po stránce materiální nebo psychologické. Média vyobrazují informace o těchto událostech a lidem tím zprostředkovávají bezprostřední zkušenost. Každá taková vzniklá událost má několik časových etap (Vykopalová, 2010).

Vykopalová (2010, s. 34) tyto etapy popisuje ve své knize:

- 1) etapa varovná – tj. první příznaky a informace o možnostech vzniku katastrofy
- 2) etapa vzniku ohrožení – tj. jednoznačné zprávy a příznaky o reálném vzniku katastrofy
- 3) etapa úderu – tj. vznik devastace
- 4) etapa orientace – tj. registrace ztrát
- 5) etapa zachraňování – tj. poskytování neodkladné zdravotní péče
- 6) etapa nápravy – tj. pomoc humanitárních jednotek a dalších záchranných týmů
- 7) etapa adaptace – tj. vyrovnání se se vzniklou situací, možnost vzniku posttraumatické stresové poruchy

Špatenková (2004) popisuje tzv. situační krizi, která vzniká následkem mimořádných situací. Jde o situace, které jsou neočekávané a jedinec zpravidla nemá čas se na ně jakkoliv připravit. Mimo katastrofy sem lze zařadit například i smrt blízkého nebo ztrátu zaměstnání.

Stres a stresor

Stres je stav, který se objevuje při ohrožení (ať už se jedná o ohrožení vědomé nebo nevědomé). Jedinec na tuto situaci může reagovat různými způsoby, může dojít k úzkostem, napětí nebo mohou být zapojeny jiné obranné mechanismy (Bartůňková, 2010).

Z fyziologického hlediska dojde k mnoha změnám, které mají za cíl udržet homeostázu. Dochází například ke zvýšení krevního tlaku, který pomáhá vyšší fyzické výkonnosti, snížení prahu vnímání bolesti nebo k zvýšené potřebě přijímat potravu, aby tělo mělo dostatek živin (Orel, 2009).

Stresor je podnět, který vede k vyvolání stresu. Stresory lze rozdělit na fyzikální (chlad, nevhodné osvětlení), chemické (alkohol, jed), biologické (hlad, bolest) a psychosociální (úzkost, strach) (Bartůňková, 2010).

5.2 Prožívání krize

Krizové situace mají velký dopad na zatížení psychiky jedince. Dlouhotrvající psychické následky si podle odhadu nese 15% z celkového počtu zasažených, 25% je schopno reagovat na situaci odolně a zbylé procento zasažených se pohybuje mezi těmito dvěma kategoriemi (Quarantelli, 2008). Triplett a kolektiv (2012) tvrdí, že prožití krize, může člověka ovlivnit pozitivně, a to především v upravení svého žebříčku hodnot.

Pokud je člověk vystaven velké zátěži, může to u něj vyvolat stresovou reakci, případně traumatický stres. Krizová situace působí na člověka jako stresor, který vyvolává reakci, ale každý jedinec je jinak odolný vůči působícímu stresoru (Bartůňková, 2010).

Pokud v životě jedince nastane nějaká mimořádná událost, u jedince to může vyvolat situační krizi. V reakci na situační krizi, kterou může být právě pandemie Covid-19, prochází jedinec čtyřmi etapami reakce – šokovou fází, fází emoční reakce, fází zpracovávání krize a fází nové orientace (Bandura-Madej, 1999).

V šokové fázi je podstatné popírání jako obranný mechanismus. Jedinec je psychicky rozhozen, přesto že může působit vyrovnaně. U jedince se mohou projevat známky

hyperaktivity nebo naopak apatie vůči okolí. Ve fázi emoční reakce je jedinec konfrontován s realitou. Situaci může opět popírat nebo potlačovat. Emoce v této fázi jsou velice intenzivní. Jedinec v této fázi potřebuje sociální oporu, jinak hrozí, že se krize stane chronickou. Během fáze zpracovávání jedinec upouští od traumatického prožívání situace, emoce jsou méně intenzivní. V poslední fázi nové orientace se život jedince začíná vracet k normálu a celý prožitek je pro něj novou zkušeností (Bandura-Madej, 1999).

5.3 Chování v krizi

Vzhledem k tomu, že krizová situace a katastrofa jsou většinou skupinové události, ve společnosti může vzniknout panika a negativní vliv psychologického davu (Hořejš, 2014).

Dav z hlediska psychologie je chápán jako ztráta vědomého individua a z davu se stává kolektivní duše, která jedná za stejným účelem. Psychologickým davem není náhodné hromadné setkání na veřejnosti, nýbrž seskupení, na které působí jisté podněty, může jít například o velkou společenskou událost (Le Bon, 1997).

Panika je pojem, který se obecně používá pro chaotický útěk. Avšak tato reakce davu není příliš častá. Nejčastější reakcí masy je vzájemná ochota pomáhat. Člověk během katastrofy může reagovat třemi obrannými reakcemi, které jsou evolučně podmíněné – zamrznutí, boj nebo útěk. Útěkem ale není myšleno ono panické chaotické pobíhání, ale primárně jde o útěk s cílem vyhledat svého blízkého, přesto, že to jedince může víc ohrozit (Mawson, 2005). „Vazba na blízké či skupinu, tj. attachment, je důležitější než únik“ (Hořejš, 2014, s. 138). V důsledku toho, může být například evakuace složitá, protože lidé sobě blízcí se drží pohromadě. Odtržení od blízkých může být větší stresová zátěž než nebezpečí samotné. I extrémní situace jsou jedinci schopni zvládnout s klidem, pokud mají okolo sebe své blízké (Proulx, 2002).

Příkladem katastrofy na českém území, může být nehoda vlaku ve Studénce. Podle záchranářů byli cestující nápomocní a klidní (Vymětal, 2009). Proulx (2002) uvádí příklad ze světa, kdy došlo v roce 2001 k teroristickému útoku na Světové obchodní centrum v New Yorku. Zhruba 20% účastníků této tragédie neuposlechlo okamžitě evakuační pokyny a místo toho se vydali na pomoc ostatním.

Podle Hořejše (2014):

Tím se nijak nevylučuje, že vznikají další negativní doprovodné jevy katastrof. Nejčastěji jde o rabování, antisociální chování, ušlapání při úniku, pasivita (neposkytnutí pomoci), opuštění role (úředníka, policisty, námořníka) nebo konflikt rolí a masové hysterie vzniklá dezinformací. Především dezinformace se mají sílu šířit ještě dny a týdny poté, kdy krize skončila nebo se situace vyjasnila (s. 139).

V době pandemie Covid-19 byla celosvětově zavedena opatření jako jsou karantény, omezení společenského života a izolace mezi jednotlivými státy, aby zabránila šíření nemoci. Tato nařízení ale znamenají velké omezení osobní svobody. Také s sebou nesou určitou zodpovědnost v chování jedince, který musí stýkání s druhými a své ostatní potřeby omezit na minimum. Velká část populace byla ochotna opatření dodržovat. Našli se však i tací, kteří v důsledku paniky začali hromadit věci, jako jsou například zdravotnické pomůcky (Mahase, 2020)

V době krize a nejistoty, jako je tato, se může zvyšovat závislost společnosti na médiích. Je důležité, aby média informovala o přesných aktuálních zprávách, díky kterým bude společnost jednat na základě rozhodnutí, která mají chránit zdraví ((Ball-Rokeach & DeFleur, 1976). Informace musí být jednoznačné, pokud tomu tak není a informace jsou zmatečné nebo neznámé může to u lidí vyvolat větší pocit ohrožení. To může vést k větším obavám a podněcovat šíření dezinformací (Garfin et al., 2020).

II. Výzkumná část

Ve výzkumné části své bakalářské práce pracuji s kvalitativními daty, která zpracovávám kvalitativním i kvantitativním způsobem. Data byla získána z projektu JUPSYCOR, který vedla katedra pedagogiky a psychologie na Jihočeské univerzitě v Českých Budějovicích.

6 Cíl práce

Cílem mé bakalářské práce je zkoumání vlivu médií na prožívání lidí v době pandemie Covid-19.

6.1 Výzkumné otázky

Pro výzkumné účely této bakalářské práce jsou stanoveny tři výzkumné otázky:

- 1) VO1: Ovlivňovala média pozitivně či negativně prožívání respondentů v době pandemie?
- 2) VO2: Jaký mají vliv média na vnímání vážnosti situace?
- 3) VO3: Jaký mají vliv média na subjektivní význam situace?

VO1 by měla za pomoci otevřeného kódování odpovědět na to, jestli se objevují konkrétní pozitivní a negativní vlivy sledování médií v době pandemie.

VO2 zkoumá, jestli se objevuje nějaká spojitost mezi časovým obdobím, kdy respondenti začali považovat situaci za vážnou a negativním vlivem médií.

VO3 zkoumá možnou spojitost mezi subjektivně vnímanou intenzitou změnou života a pozitivními či negativními účinky médií.

7 Metody výzkumu

Pro dosažení cíle jsou v práci použity kvalitativní i kvantitativní metody výzkumu, přičemž data byla získána z dotazníkového šetření projektu JUPSYCOR.

Kvalitativní výzkum popisuje Kutnohorská (2009) jako proces induktivního poznávání, objevování a následného vytváření teorií a hypotéz. Hlavními metodami kvalitativního výzkumu jsou rozhovory a pozorování. Základním prvkem analýzy je slovo, věta a jejich interpretace výzkumníkem.

Kvantitativní výzkum je opakem výzkumu kvalitativního. Kvantitativní přístup pracuje s předpokladem, že lidské chování lze měřit. Jako hlavní metody používá dotazníky, experimenty, testy nebo pozorování. Získaná data jsou statisticky zpracovávána a ověřuje se, zda lze potvrdit pravdivost předpokladu výzkumníka o vztahu jednotlivých proměnných (Hendl, 2016).

7.1 Výzkumný soubor

Výzkumný soubor byl získán, jak už bylo zmíněno výš, z projektu JUPSYCOR, který vedla Jihočeská univerzita. Sběr dat probíhal od 18. března 2020 po dobu 67 dní – v době, kdy byla na území České republiky zavedena protipandemická opatření. Celkový počet respondentů, kteří se zúčastnili výzkumu, je 2716 ve věku 18-89 let. Dotazník JUPSYCOR byl poskládán z otázek na základní demografické údaje respondenta, dále ze tří samostatných dotazníků a tří otevřených otázek.

Dotazníky, které byly ve výzkumu použity, se zaměřují na aktuální emoční prožívání a psychický stav jedince:

- SRQ20 (Self-Reporting Questionnaire)
- SEHP (Subjective Emotional Habitual Well-Being Scales)
- HADS (Hospital Anxiety and Depression Scale)

Tři otevřené otázky zněly takto:

- 1) Co pro Vás znamená současná situace; změnila nějak Váš život? V případě, že ano, jak?
- 2) Od kdy považujete situaci za vážnou?

3) Jak situaci aktuálně prožíváte? Co považujete za nejhorší? Co Vám naopak pomáhá?

Stránky výzkumu jsou dostupné z www.jupsyscor.cz.

Tyto otevřené otázky byly již dříve skupinově kódovány. Pro mé výzkumné účely byli použiti ti respondenti, kteří na některou z otevřených otázek odpověděli tak, že se explicitně vyjádřili o médiích. Z celkového vzorku se tedy počet respondentů zredukoval na 244.

7.2 Etika výzkumu

Výzkum byl anonymní a dobrovolný. Účastníci byli obeznámeni s možností, že mohou od výzkumu kdykoliv odstoupit a že získané odpovědi slouží k výzkumným účelům. Respondenti měli právo na obdržení výsledku šetření. Všichni účastníci výzkumu byli dopředu obeznámeni s podmínkami výzkumu.

7.3 Analýza výzkumu

Pro získání kvalitativních dat z otevřených otázek dotazníku jsem použila otevřené kódování. Na základě rozboru jednotlivých výpovědí byly vytvořeny potřebné kódy a kategorie, které budou sloužit pro metodu výkladu karet.

Podle Kutnohorské (2009) je otevřené kódování část analýzy, která pomocí důkladného zkoumání údajů označuje a kategorizuje pojmy. Během tohoto procesu jsou údaje z výzkumu prozkoumávané a porovnávány. Díky tomu jsou zjišťovány podobnosti či rozdíly v jednotlivých případech.

Následovalo tematické třídění, zaměřila jsem se na tři širší tematické kategorie kódů - negativní účinky, pozitivní účinky a vnímání vážnosti situace.

Dalším krokem je zmíněná technika zvaná „vyložení karet“. Jedná se o postup, kdy vzniklé kategorie a kódy jsou převyprávěny v textu tak, aby byl demonstrován obsah vzniklých kategorií, přičemž není nutností zahrnout všechny vzniklé kategorie. Stačí vybrat ty, které se přímo vztahují k výzkumné otázce. V textu vzniklé kategorie poté tvoří samotné názvy kapitol, ve kterých jsou rozebrány jednotlivé obsažené kódy. Tyto kódy jsou interpretovány za pomoci citace respondenta (Švaříček & Šed'ová, 2014).

Následovalo převádění kvalitativních dat na data kvantitativní. V excelové tabulce byly vypsány jednotlivé odpovědi respondentů. Každá jednotlivá odpověď byla označena pomocí jedniček a nul podle toho, jestli se v odpovědi objevil hledaný kód či nikoli. V tabulce tedy 1 znamená přítomnost kódu a 0 nepřítomnost kódu. Díky tomuto postupu je možné zjistit četnosti výskytu kódů v celém výzkumném souboru.

Po převedení kvalitativních dat na data kvantitativní bylo možné za pomoci kontingenčních tabulek zjistit souvislosti mezi výskyty jednotlivých kódů.

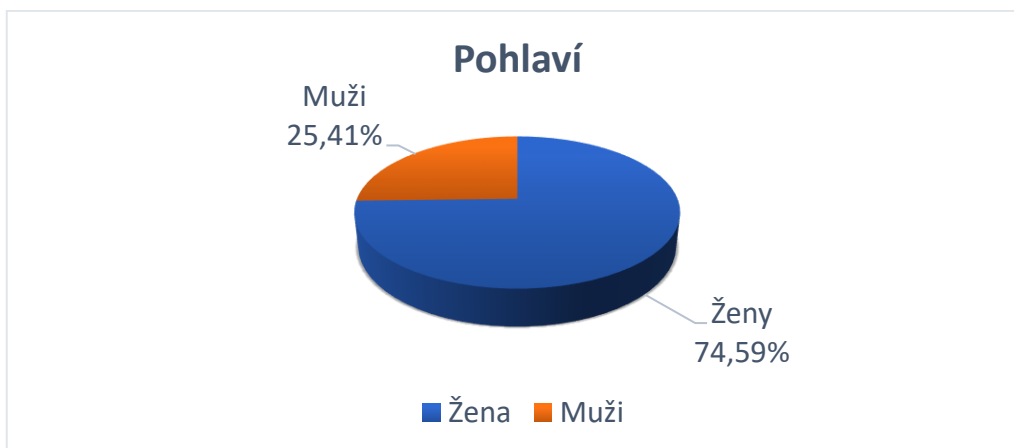
Vzhledem k tomu, že v práci se používají dichotomická data, bylo nutno využít kontingenční tabulky, které pomáhají zjistit závislost dvou alternativních proměnných. Dichotomická (alternativní) data mohou nabývat jenom dvou hodnot (Reiterová, 2003).

V tomto případě se jedná o ano, které je značeno jako 1, a ne značeno 0.

8 Výsledky

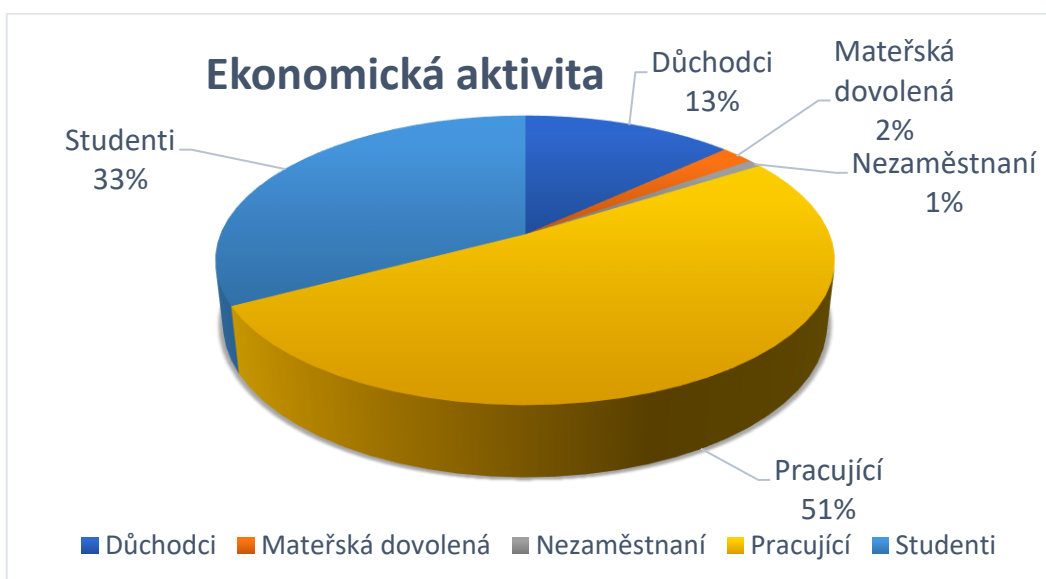
Pro účely grafického zobrazení respondentů jsem si vytvořila vlastní grafy, které ukazují složení výzkumného souboru (N=244) podle pohlaví a ekonomické aktivity.

Graf 1



Zdroj: vlastní výzkum

Graf 2



Zdroj: vlastní výzkum

Z těchto grafů vyplývá, že z celkového vzorku se o médiích zmiňovaly převážně ženy, konkrétně 74,59%. Dle ekonomické aktivity je vidět, že o médiích se nejčastěji zmiňovali pracující jedinci, kteří tvoří víc než polovinu celkového vzorku.

8.1 Kvalitativní část

Při analýze kvalitativních dat jsem začala s otevřeným kódováním jednotlivých výpovědí. Tímto způsobem byly vytvořeny otevřené kódy. Následně jsem provedla kategorizaci kódů, díky které vznikly tři tematické kategorie, které byly vhodné pro zpracování vzhledem ke zvoleným výzkumným otázkám. Vytvořené kategorie s kódy tedy slouží pro odpověď na VO1, zároveň budou použity i v kvantitativní části výzkumu. Pro vizuální znázornění je v přílohách přiložena tabulka, kde je možno vidět kategorie i četnost výskytu jednotlivých kódů (viz. Příloha č.:1). Následují vzniklé kategorie s obsaženými kódy.

8.1.1 Kategorie: Negativní účinky

Tato kategorie obsahuje kódy:

- 1) cítím/cítil jsem se/cítil bych se špatně při sledování médií
- 2) panika, tlak, dezinformace (poplašné zprávy)
- 3) přehlcená média
- 4) pomáhá nesledovat/omezit

Tato kategorie slouží pro odpověď na první výzkumnou otázku, ve které se ptám, jakým způsobem ovlivňovala média prožívání pandemie Covid-19. Kategorie má za cíl zmapovat jaké negativní vlivy měla média během pandemie Covid-19. Respondenti odpovídali na otevřenou otázku „Jak situaci aktuálně prožíváte? Co považujete za nejhorší? Co Vám naopak pomáhá?“

Odpovědi se lišily, avšak u spousty respondentů se vyskytovaly výrazy, které označovaly, že se respondent **cítí/cítil jsem se/cítil bych se špatně při sledování médií**.

R5 uvádí: „Přestala jsem číst noviny a zprávy na internetu, protože se po nich cítím špatně.“

R331 řekl: „Jsem z neustálého omílání unavená.“

H485: „Situaci prožívám podle toho, zda sleduji, co se ve světě děje nebo ne. Po shlédnutí televizních novin nebo přečtení nějakých článků na internetu o šíření koronaviru, mám vždy horší náladu, pocit úzkosti a strachu. Když však třeba dva dny nic takového nesleduji a jen si "odbývám" karanténu, je mi fajn a situaci neberu zase za tak vážnou.“ Z této citace je jasně vidět souvislost mezi sledováním médií a prožíváním pandemie. Respondent R1086

se vyjádřil o působení médií takto: „*Za nejhorší považuji sledování veškerého zpravodajství, ač vím že informovanost je důležitá, přesto vyšší a vyšší čísla na mě působí velice negativně.*“ Respondent R1435, který odpověděl: „*Pak i ta role médií je dvojnásobná: mnohdy ve mně média budí strach a deprese, jsou však zprávy, analýzy a rozhovory, které se méně orientují na emoce a více na fakta. Příjem čísel a faktů, názorů, které z nich vycházejí, mě (a to je pro mě také překvapivé) uklidňují. Pomáhají mi vytvořit si nadhled.*“ Tato odpověď v sobě zahrnuje současně i kód z kategorie, které se budu věnovat v následující kapitole.

Někteří respondenti zmínili, že média u lidí vyvolávají **paniku** a **tlak**, a to i díky **dezinformacím**. R145 říká: „*Opravdu nejhorší je také všeobecná panika, kterou způsobily média.*“ U respondenta R2154 se objevila výpověď: „*Na celé situaci mi přijdou nejhorší lživé informace a neupřímnost ohledně situace.*“ Odpověď respondenta R1808 říká: „*Nejhorší je sledování médií, dle mého vyvolávají v lidech větší strach a paniku. Takže mi pomáhá situaci jen kontrolovat kvůli novým nařízením a na zbytek nekoukat.*“ Tady lze opět vidět souvislost mezi prožíváním a sledováním médií. Respondent R707 na otázku „*Co považujete za nejhorší?*“ odpověděl takto: „*Neustálý tlak z médií a vyvolávání paniky.*“

Respondenti často vypovídali, že jsou pro ně nejhorší **přehlcená média**. R89: „*Nejhorší mi na tom celém přijde to, že se nemluví o ničem jiném. Kdykoliv zapnu televizi, tak se tam mluví o koronaviru, rouškách a nevím o čem ještě.*“ R292: „*... co považuji za nejhorší a to fakt, že je to tak mediálně sledované, že to na mě působí ještě dvakrát tolik*“, z čehož lze odvodit, že přehlcenost médií tématem koronaviru má negativní dopad na jedince.

Přesto, že kód **pomáhá nesledovat/omezit** média neznamena přímo negativní vliv, rozhodla jsem se ho přesto zařadit do této kategorie, protože značí fakt, že nesledování nebo omezení médií předchází jejich negativním účinkům. R2294 v této souvislosti říká: „*Pomáhá mi nesledovat tak často zprávy a vývoj situace.*“ R402 říká: „*Já nevím, mně vždycky pomůže, když třeba celý dopoledne jako jsem bez zpráv a nečtu si nic, co se jako děje kolem ve světě, a to mě jako uklidňuje. To mi v současné situaci pomáhá.*“

8.1.2 Kategorie: Pozitivní účinky

Tato kategorie obsahuje kódy:

- 1) informovanost
- 2) dobré zprávy
- 3) používání médií bez zpráv

Tato kategorie slouží pro odpověď na první výzkumnou otázku, která má za cíl zmapovat jaké pozitivní vlivy měla média během pandemie Covid-19. Respondenti stejně jako u předchozí kategorie odpovídali na otázku „Jak situaci aktuálně prožíváte? Co považujete za nejhorší? Co Vám naopak pomáhá?“

Velmi často respondenti zmínili, že na ně pozitivně působí dobrá **informovanost**. Respondent R514 vypověděl: „Řekl bych, že to беру poměrně v klidu, s nadhledem, pomáhá mi kritické myšlení, spoustu jsem si toho o tom přečetl, takže ta informovanost.“ Respondent R1435, který byl citován už v předchozí kapitole řekl: „Pak i ta role médií je dvojnásobná: mnohdy ve mně média budí strach a deprese, jsou však zprávy, analýzy a rozhovory, které se méně orientují na emoce a více na fakta. Přijem čísel a faktů, názorů, které z nich vycházejí, mě (a to je pro mě také překvapivé) uklidňují. Pomáhají mi vytvořit si nadhled.“

Dobré zprávy jedinci zmiňovali taktéž v souvislosti s pozitivním účinkem. R1575: „Pozitivní zprávy pomáhají .. (vyléčení lidé atp.).“ Respondent R35 odpověděl: „... občas když někdo řekne něco pozitivního nebo když přijde nějaká dobrá zpráva, tak to mě trochu, ale jen opravdu malinko uklidní.“

Poslední kód, který jsem zařadila mezi pozitivní účinky, je **používání médií bez zpráv**. R2142: „Pak mi pomáhají zvířátka, protože zvířátka jsou prostě roztomilý a se zvířátkama musíš mít radost. (smích) A potom videohry. Ty tě dostanou do jinýho světa a nemusíš na nic z toho reálnýho myslet.“ Odpověď respondenta R2029 explicitně vyjadřuje nepřítomnost zpráv: „Pomáhá mobil, počítač, dokumenty v televizi beze zpráv, čtení časopisů.“

8.1.3 Kategorie: Vnímání vážnosti situace

Tato kategorie obsahuje kódy:

- 1) situace v ČR
- 2) Evropa
- 3) Čína
- 4) nepovažuji za vážnou

Kategorie slouží pro kvantitativní část práce. Respondenti odpovídali na otázku „Od kdy považujete situaci za vážnou?“. Tyto kódy lze chápat jako určitou časovou osu šíření nemoci z Číny až k nám do České republiky.

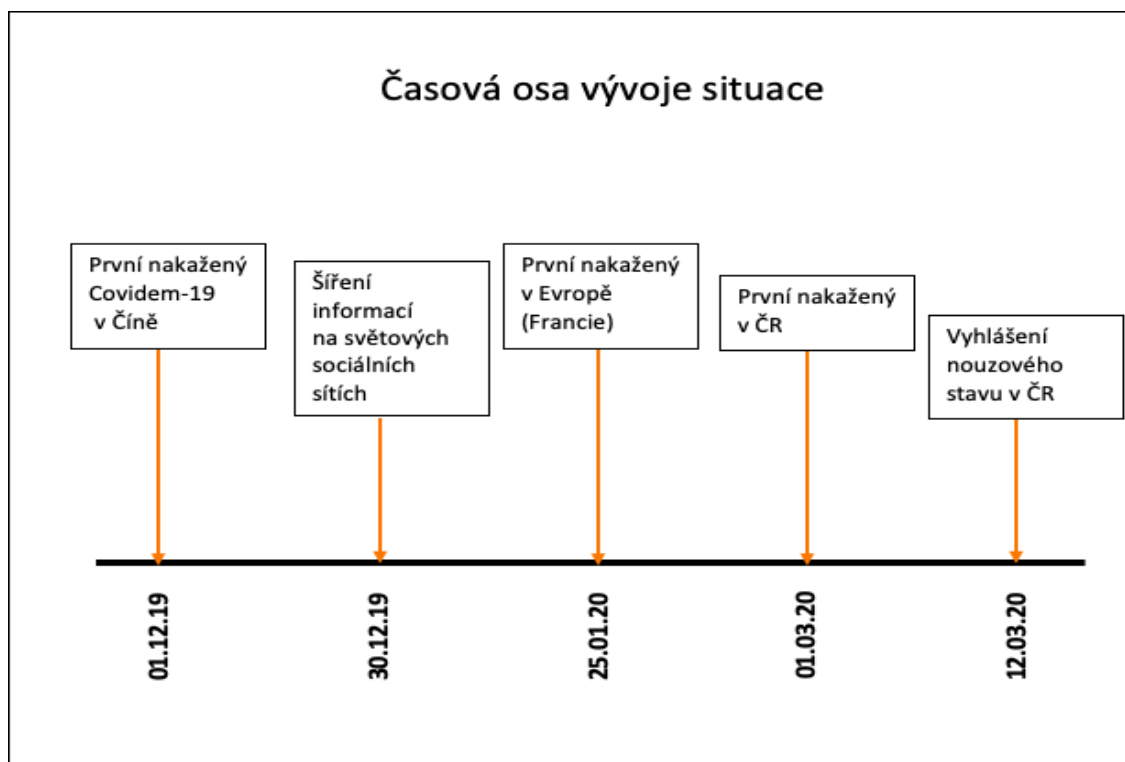
První rozpoznáný případ onemocnění Covid-19 čínská studie datuje k 1. prosinci 2019 (Huang et. al., 2020). Od 30. prosince 2019 se na sociálních sítích začaly šířit informace o vzniku epidemie „zápalu plic“, který má neznámý původ (Desk, 2019).

První případ Covid-19 v Evropě se objevil 25. ledna 2020 ve Francii, kdy byl čínský turista s příznaky přesunut do karantény (BBC News, 2020).

O prvních případech nakažených v České republice informovala Česká televize 1.3.2020. V návaznosti na toto zjištění začala vláda v ČR postupně řešit zavádění opatření, která měla zamezit šíření viru. Nejprve se jednalo o zrušení letů z Itálie (ČT24, 2020). Dne 11. března 2020 bylo vyhlášeno Ministerstvem zdravotnictví mimořádné opatření a muselo dojít k uzavření základních, středních i vysokých škol (MZCR, 2020). 12. března 2020 vyhlásila vláda ČR nouzový stav (Dlubalová, 2020).

Pro vizuální zobrazení událostí podle času slouží následující časová osa (viz. Obrázek 1).

Obrázek 1



Zdroj: vlastní výzkum

Respondentka R38 vypověděla, že situaci považuje za vážnou od vzniku pandemie v **Číně**: „Tuto situaci jsem začala považovat za vážnou již od samého začátku, kdy koronavirus vypukl v Číně, a město Wu-Chan bylo dáno do karantény.“ Taktéž respondentka R1060: „Když jsem v televizi viděla zprávy z čínského Wu-Chanu.“

Někteří odpověděli, že situaci berou za vážnou od doby, kdy se virus dostal do **Evropy**. R789 říká: „Od doby, kdy se nemoc začala šířit v Evropě.“ R759 zmiňuje: „Myslím, že od té doby, kdy se situace začala výrazně zhoršovat v Itálii.“

Většina respondentů odpověděla, že považují situaci za vážnou až od **situace v ČR** – ve chvíli, kdy v ČR objevil první nakažený a začala se zavádět opatření. R1753: „Od vyhlášení nouzového stavu.“ Respondentka H24 řekla: „Brala jsem ji za vážnou od první chvíle, kdy se covid-19 dostal do ČR.“

Objevili se však i tací respondenti, kteří tvrdí, že **situaci nepovažují za vážnou**. R1908: „Nepovažuji situaci za vážnou. Možná by bylo lépe říci nestandardní.“ Respondent R1152 tvrdí: „Situaci za závažnou nepovažuji ani teď 3.4.2020.“

8.2 Kvantitativní část

Pro kvantitativní část slouží druhá a třetí výzkumná otázka. Pro získání kvantitativních dat bylo nejprve potřeba převést kvalitativní data na kvantitativní pomocí dosazování 1 (pokud se kód vyskytl) a 0 (pokud se kód nevyskytl). Vznikla tedy dichotomická data, se kterými se dá pracovat v kontingenčních tabulkách. Jelikož ale kontingenční tabulka má funkci popisnou, nelze z ní odvodit vztah mezi jednotlivými proměnnými. Proto bylo nutno použít Chí-kvadrát test nezávislosti, který vyhodnocuje, jestli se mezi proměnnými souvislost nachází či nikoliv. Hladina statistické významnosti α byla nastavena na 5% (0,05). Statistické testy uvádí i skutečnou hodnotu chyby 1. druhu; pokud je větší než požadovaných maximálně 5%, nemůžeme zamítnout nulovou hypotézu o nezávislosti znaků.

Ke druhé výzkumné otázce jsou použity kódy z kategorií, které byly vytvořeny při kvalitativním zpracování dat.

U třetí výzkumné otázky jsem, mimo mé vlastní vytvořené kategorie (negativní účinky, pozitivní účinky a vnímání vážnosti situace) s kódy, použila i kategorii „Intenzita změna života“, která byla vytvořena pro výzkum JUPSYCOR. Tato kategorie obsahuje tři kódy, které se vzájemně doplňují, tedy každý respondent je označen některým z nich. Kódy v této kategorii jsou **negativní prožívání**, **neutrální prožívání** a **pozitivní prožívání**.

8.2.1 Výzkumná otázka 2

VO2: Jaký mají vliv média na vnímání vážnosti situace?

U této výzkumné otázky bylo potřeba nejprve rozdělit respondenty (n=243) na dvě skupiny podle toho, jestli vnímají situaci jako vážnou (n=223) nebo nepovažují situaci za vážnou (n=20). Díky tomuto rozdělení bylo možné zjistit souvislost, jestli kód **cítím/cítil jsem se/cítil bych se špatně při sledování médií** souvisí s pociťováním vážnosti situace. P- value je nižší než 5%, existuje tedy souvislost mezi jevy (viz. Tab.1).

Tabulka 1

Kategorie	Kód	Považují situaci za vážnou n= 223	Sdružená četnost výskytu kódu	Nepovažují situaci za vážnou n= 20	Sdružená četnost výskytu kódu	Chí kvadrát; p-value: 0,05
Negativní účinky médií	Cítí se špatně z médií (ANO)	97,18%	69	2,82%	2	X ² =3,892; p-value: 0,048515
Negativní účinky médií	Cítí se špatně z médií (NE)	89,53%	154	10,47%	18	

Zdroj: vlastní výzkum

Následují výsledky pro zjišťování souvislosti mezi kódem **cítím/cítíl jsem se/cítíl bych se špatně při sledování médií** a kódy označujícími časové úseky, kdy respondenti začali situaci považovat za vážnou. P-value je vyšší než 5%, souvislost mezi jevy se neprokázala (viz. Tab. 2).

Tabulka 2

Kategorie	Kódy	Cítí se špatně z médií (ANO) n=61	Sdružená četnost výskytu kódu	Cítí se špatně z médií (NE) n=135	Sdružená četnost výskytu kódu	Chí kvadrát; p-value: 0,05
Vnímání vážnosti situace (dle časového období)	ČR	32,17%	46	67,83%	97	X ² = 0, 8149; p-value: 0,665354
Vnímání vážnosti situace (dle časového období)	Evropa	32,26%	10	67,74%	21	
Vnímání vážnosti situace (dle časového období)	Čína	22,73%	5	77,27%	17	

Zdroj: vlastní výzkum

Shrnutí

Podle výsledků lze říci, že média měla vliv na vnímání vážnosti situace. Ovšem už nelze potvrdit, že by existovala souvislost mezi časovým obdobím, kdy respondenti začali považovat situaci za vážnou a negativním pocitem z médií. Čili nelze říct, zda pociťovaný negativní vliv médií souvisí s tím, jestli respondenti chápali situaci jako vážnou již v době prvního výskytu onemocnění Covid-19 v Číně, Evropě nebo až při výskytu nemoci v ČR.

8.2.2 Výzkumná otázka 3

VO3: Jaký mají vliv média na subjektivní význam situace?

Pro zjištění odpovědi na tuto výzkumnou otázku byly jednotlivě porovnány kódy kategorie negativní účinky a kategorie pozitivní účinky se třemi kódy z kategorie intenzita změny života.

Intenzita změny života a negativní účinky médií

Výsledky pro zjišťování souvislosti mezi intenzitou změny života a **špatným pocitem z médií**.

P-value je vyšší než 5%, souvislost mezi jevy se neprokázala (viz. Tab. 3).

Tabulka 3

Kategorie	Kódy	Cítí se špatně z médií (ANO) n= 61	Sdružená četnost výskytu kódu	Cítí se špatně z médií (NE) n= 151	Sdružená četnost výskytu kódu	Chí kvadrát; p-value: 0,05
Intenzita změny života	Negativní prožívání	27,14%	19	72,86%	51	X ² = 0, 2746; p-value: 0,871687
Intenzita změny života	Neutrální prožívání	28,83%	32	71,17%	79	
Intenzita změny života	Pozitivní prožívání	32,26%	10	67,74%	21	

Zdroj: vlastní výzkum

Výsledky pro zjišťování souvislosti mezi intenzitou změny života a **panika, dezinformace**.

P-value je vyšší než 5%, souvislost mezi jevy se neprokázala (viz. Tab. 4).

Tabulka 4

Kategorie	Kódy	Panika, dezinformace (ANO) n= 46	Sdružená četnost výskytu kódu	Panika, dezinformace (NE) n=166	Sdružená četnost výskytu kódu	Chí kvadrát; p-value: 0,05
Intenzita změny života	Negativní prožívání	25,71%	18	74,29%	52	X ² = 1,1834; p-value: 0,55339
Intenzita změny života	Neutrální prožívání	18,92%	21	81,08%	90	
Intenzita změny života	Pozitivní prožívání	22,58%	7	77,42%	24	

Zdroj: vlastní výzkum

Výsledky pro zjišťování souvislosti mezi intenzitou změny života a **přehlceními médii**.

P-value je vyšší než 5%, souvislost mezi jevy se neprokázala (viz. Tab. 5).

Tabulka 5

Kategorie	Kódy	Přehlcená média (ANO) n=36	Sdružená četnost výskytu kódu	Přehlcená média (NE) n=176	Sdružená četnost výskytu kódu	Chí kvadrát; p-value: 0,05
Intenzita změny života	Negativní prožívání	18,57%	13	81,43%	57	X ² = 0,1876; p-value: 0,910459
Intenzita změny života	Neutrální prožívání	16,22%	18	83,78%	93	
Intenzita změny života	Pozitivní prožívání	16,13%	5	83,87%	26	

Zdroj: vlastní výzkum

Výsledky pro zjišťování souvislosti mezi intenzitou změny života a **pomáhá nesledovat/omezit**. P-value je vyšší než 5%, souvislost mezi jevy se neprokázala (viz. Tab. 6).

Tabulka 6

Kategorie	Kódy	Pomáhá nesledovat/o mezit (ANO) n=85	Sdružená četnost výskytu kódu	Pomáhá nesledovat/o mezit (NE) n=125	Sdružená četnost výskytu kódu	Chí kvadrát; p-value: 0,05
Intenzita změny života	Negativní prožívání	42,86%	30	57,14%	40	Chí kvadrát; p-value: 0,1958; 0,906759
Intenzita změny života	Neutrální prožívání	39,64%	44	60,36%	67	
Intenzita změny života	Pozitivní prožívání	41,94%	13	58,06%	18	

Zdroj: vlastní výzkum

Shrnutí

Z výsledků lze říct, že nebyla prokázána souvislost mezi negativními účinky médií a subjektivním významem situace. Čili nelze potvrdit ani vyvrátit, zda měla média negativní vliv na subjektivní význam situace, ať už jde o negativní, neutrální nebo pozitivní hodnocení situace.

Intenzita změny života a pozitivní účinky médií

Výsledky pro zjišťování souvislosti mezi intenzitou změny života a **dobrou informovaností, selektováním informací.**

P-value je vyšší než 5%, souvislost mezi jevy se neprokázala (viz. Tab. 7).

Tabulka 7

Kategorie	Kódy	dobrá informovanost, selektované informace (ANO) n=27	Sdružená četnost výskytu kódu	dobrá informovanost, selektované informace (NE) n=185	Sdružená četnost výskytu kódu	Chí kvadrát; p-value: 0,05
Intenzita změny života	Negativní prožívání	15,71%	11	84,29%	59	X ² = 0,9244; p-value: 0,629893
Intenzita změny života	Neutrální prožívání	11,71%	13	88,29%	98	
Intenzita změny života	Pozitivní prožívání	9,68%	3	90,32%	28	

Zdroj: vlastní výzkum

Výsledky pro zjišťování souvislosti mezi intenzitou změny života a **dobrymi zprávami.**

P-value je vyšší než 5%, souvislost mezi jevy se neprokázala (viz. Tab. 8).

Tabulka 8

Kategorie	Kódy	Dobré zprávy (ANO) n=9	Sdružená četnost výskytu kódu	Dobré zprávy (NE) n=203	Sdružená četnost výskytu kódu	Chí kvadrát; p-value: 0,05
Intenzita změny života	Negativní prožívání	4,29%	3	95,71%	67	X ² = 0,0979; p-value: 0,952234
Intenzita změny života	Neutrální prožívání	4,50%	5	95,50%	106	
Intenzita změny života	Pozitivní prožívání	3,23%	1	96,77%	30	

Zdroj: vlastní výzkum

Výsledky pro zjišťování souvislosti mezi intenzitou změny života a **médii bez zpráv**.

P-value je vyšší než 5%, souvislost mezi jevy se neprokázala (viz. Tab. 9).

Tabulka 9

Kategorie	Kódy	Média bez zpráv (ANO) n=4	Sdružená četnost výskytu kódu	Média bez zpráv (NE) n=208	Sdružená četnost výskytu kódu	Chí kvadrát; p-value: 0,05
Intenzita změny života	Negativní prožívání	2,86%	2	97,14%	68	X ² = 1,2391; p-value: 0,538185
Intenzita změny života	Neutrální prožívání	0,90%	1	99,01%	110	
Intenzita změny života	Pozitivní prožívání	3,23%	1	96,77%	30	

Zdroj: vlastní výzkum

Shrnutí

Z výsledků lze říct, že nebyla prokázána souvislost mezi pozitivními účinky médií a subjektivním významem situace. Čili nelze potvrdit ani vyvrátit, zda měla média pozitivní vliv na subjektivní význam situace, ať už jde o negativní, neutrální nebo pozitivní hodnocení situace.

9 Diskuse

Data pro výzkum byla získána z výzkumu JUPSYCOR pomocí dotazníkového šetření. Na utváření dotazníku a jeho otevřených otázek jsem se nepodílela, nemohla jsem tedy nijak ovlivnit jeho složení a znění otázek. Formulace otázek velmi ovlivňuje to, jak respondent odpoví. Je tedy možné, že by byly odpovědi i výsledky odlišné, pokud by otázky byly položeny jinak. Určitou roli může hrát také to, že někteří respondenti odpovídali na otázku osobně a jiní prostřednictvím internetu. Samotná přítomnost člověka provádějícího výzkum má vliv na respondenta. Dalo by se říct, že pokud dvě různé osoby budou pokládat tytéž otázky, pokaždé budou výpovědi respondenta jiné (Walker, 2013).

Data byla zpracována za pomoci metody otevřeného kódování. Tento proces odhaluje nejen kategorie, ale i jejich vlastnosti (Gulová & Šíp, 2013). Ve výzkumné otázce se ptám, jestli ovlivňovala média negativně či pozitivně prožívání v době pandemie Covid-19. Vzhledem k vysokému výskytu výpovědí o špatných pocitech ze sledování médií lze říct, že negativní vliv v tomto smyslu je zřejmý. Negativní vliv potvrzují i výpovědi, které říkají, že v době pandemie pomáhá média nesledovat nebo jejich sledování omezit. Taktéž ale lze usuzovat, že média měla i pozitivní vlivy na jedince. Potvrzují to časté výpovědi respondentů, které naopak říkají, že sledování zpráv z médií jim pomáhá. Ovšem pouze za předpokladu, jsou-li dané informace od důvěryhodných zdrojů a přesné.

Kvantitativní oddíl výzkumné části zahrnuje dvě výzkumné otázky – VO2 a VO3. Ve druhé výzkumné otázce se ptám, jaký měla média vliv na vnímání vážnosti situace. Byla prokázána spojitost negativního vlivu médií s vnímáním vážnosti situace. Nelze ale potvrdit, že negativní vliv médií má souvislost s vnímáním vážnosti situace dle časového období, kterým se rozumí 1. výskyt Covid-19 v Číně, v Evropě a v ČR. Třetí výzkumnou otázkou jsem chtěla zjistit, jaký mají média vliv na subjektivní význam situace. Ani u této otázky nelze potvrdit nebo vyvrátit vliv médií, ať už pozitivní či negativní, na subjektivní prožívání pandemie. Čímž chápeme intenzitu změny života buď ve smyslu negativním, neutrálním nebo pozitivním.

Výzkum se zaměřuje pouze na období od března do května roku 2020, tedy na první vlnu pandemie Covid-19, kdy byl virus nový a šokoval celý svět. Pokud by výzkum probíhal v delším časovém období, je možné, že by se výsledky měnily.

10 Závěr

Tato bakalářská práce se zaměřila na bližší analýzu dat shromážděných výzkumem JUPSYCOR, který se zabýval prožíváním lidí v době pandemie Covid-19.

Teoretická část popisovala problematiku médií. Především jednotlivé typy médií, jejich působení na člověka a principy, jak je informace šířena. Taktéž definovala pojem krizové situace a popsala chování člověka v krizi.

Výzkumná část se pak věnovala samotné analýze dat, a to kvalitativním a kvantitativním způsobem. V prvním oddílu výzkumné části jsou prezentovány výpovědi respondentů technikou „vyložení karet“. U respondentů se nejčastěji vyskytovala výpověď, že sledování médií jim nedělá dobře a zároveň jim pomáhá omezit sledování médií, z čehož lze odvodit, že média hrála určitou negativní roli v prožívání jedinců během pandemie Covid-19. Média ale mohla na některé jedince působit i pozitivně, pokud jim přinášela relevantní informace a tyto informace byly z ověřených zdrojů.

V druhém oddílu výzkumné části byly statisticky vyhodnoceny možné souvislosti mezi jednotlivými výskyty kódů. Jediný signifikantní výsledek se projevil u zkoumání souvislosti mezi špatnými pocity z médií a považováním situace za vážnou. Ostatní výsledky porovnávání jednotlivých kódů byly nesignifikantní. Z těchto výsledků tedy vyplývá, že média mohou přispívat k pociťování vážnosti situace.

Seznam literatury

- Ball-Rokeach, S. J., & Defleur, M. L. (1976). A dependency model of mass-media effects. *Communication Research*, 3, 321. <https://doi.org/10.1177/009365027600300101>
- Bandura-Madej, W. (1999). *Wybrane zagadnienia interwencji kryzysowej*. Slask.
- Bartůňková, S. (2010). *Stres a jeho mechanismy*. Karolinum.
- BBC News. (2020). *Coronavirus: First death confirmed in Europe*. Retrieved April 09, 2021, from <https://www.bbc.com/news/world-europe-51514837>
- Bednařík, P., Jirák, J., & Köpplová, B. (2019). *Dějiny českých médií: od počátku do současnosti* (2., upravené a doplněné vydání). Grada.
- Beneš, P. (2010). *Informace o informaci, aneb, Nový pohled na tento svět*. BEN - technická literatura.
- Cejpek, J. (2005). *Informace, komunikace a myšlení: úvod do informační vědy* (2., přeprac. vyd). Karolinum.
- ČT 24. (2020) *V Česku jsou tři lidé nakaženi koronavirem. Předtím byli v Itálii*. Retrieved April 09, 2021, from <https://ct24.ceskatelevize.cz/domaci/3056228-v-cesku-jsou-tri-lide-nakazeni-koronavirem>
- Clark, J. L., Algoe, S. B., & Green, M. C. (2018). Social Network Sites and Well-Being: The Role of Social Connection. *Current Directions in Psychological Science*, 27(1), 32-37. <https://doi.org/10.1177/0963721417730833>
- Chinn, C. A., & Duncan, G. R. (2018). What is the Value of General Knowledge of Scientific Reasoning? *Scientific Reasoning and Argumentation*, 77-101. <https://doi.org/10.4324/9780203731826-5>
- Desk, B. M. (2019). *Chinese officials investigate cause of pneumonia outbreak in Wuhan*. Reuters. Retrieved April 09, 2021, from <https://www.reuters.com/article/us-china-health-pneumonia-idUSKBN1YZ0GP>
- Dlupalová, K. (2020). *Nouzový stav*. MVCR: Ministerstvo vnitra České republiky. Retrieved April 09, 2021, from <https://www.mvcr.cz/clanek/zpravodajstvi-nouzovy-stav.aspx>
- Dubský, J., Murdza, K., & Urban, L. (2006). *Sociologie médií a veřejného mínění*. Vydavatelství PA ČR.
- Ftorek, J. (2012). *Public relations jako ovlivňování mínění: jak úspěšně ovlivňovat a nenechat se zmanipulovat* (3., rozš. vyd). Grada.

Freud, S. (1915). Repression: Vol. 14. In HENTSCHEL, U., SMITH, G., EHLERS, W., DRAGUNS, J. G. (eds.). *The concept of defense mechanism in contemporary psychology*. Springer-Verlag, 1993

Garfin, D. R., Silver, R. C., & Holman, E. A. (2020). The novel coronavirus (COVID-2019) outbreak: Amplification of public health consequences by media exposure. *Health Psychology, 39*(5), 355-357. <https://doi.org/10.1037/hea0000875>

Giles, D. (2012). *Psychologie médií*. Grada.

Gulová, L., & Šíp, R. (2013). *Výzkumné metody v pedagogické praxi*. Grada.

Hartl, P., & Hartlová, H. (2010). *Velký psychologický slovník*. Portál.

Hendl, J. (2016). *Kvalitativní výzkum: základní teorie, metody a aplikace* (Čtvrté, přepracované a rozšířené vydání). Portál.

Hořejš, N. (2014). *Ochrana obyvatelstva v případě krizových situací a mimořádných událostí nevojenského charakteru*. Tribun EU.

Huang, C., Wang, Y., Li, X., Ren, L., Zhao, J., Hu, Y., Zhang, L., Fan, G., Xu, J., Gu, X., Cheng, Z., Yu, T., Xia, J., Wei, Y., Wu, W., Xie, X., Yin, W., Li, H., Liu, M., et al. (2020). Clinical features of patients infected with 2019 novel coronavirus in Wuhan, China. *The Lancet, 395*(10223), 497-506. [https://doi.org/10.1016/S0140-6736\(20\)30183-5](https://doi.org/10.1016/S0140-6736(20)30183-5)

Huesmann, L. R., & Malamuth, N. M. (1986). Media Violence and Antisocial Behavior: An Overview. *Journal of Social Issues, 42*(3), 1-6. <https://doi.org/10.1111/j.1540-4560.1986.tb00239.x>

Ľowiecki, M., & Žantovský, P. (2008). *Manipulace v médiích*. Univerzita Jana Amose Komenského Praha.

Jiráček, J., & Köpplová, B. (2007). *Média a společnost* (Vyd. 2). Portál.

Jiráček, J., & Köpplová, B. (2009). *Masová média*. Portál.

Kohout, J. (1999). *Veřejné mínění, image a metody public relations*. Management Press.

Kutnohorská, J. (2009). *Výzkum v ošetrovatelství*. Grada.

Le Bon, G. (1997). *Psychologie davu*. Kra.

Mahase, E. (2020), Covid-19: hoarding and misuse of protective gear is jeopardising the response, WHO warns. *BMJ*. <https://doi.org/10.1136/bmj.m869>

Mawson, A. R. (2005). Understanding Mass Panic and Other Collective Responses to Threat and Disaster. *Psychiatry: Interpersonal and Biological Processes, 68*(2), 95-113. <https://doi.org/10.1521/psyc.2005.68.2.95>

- McQuail, D. (2009). *Úvod do teorie masové komunikace* (4., rozš. a přeprac. vyd). Portál.
- MZCR. (2020). *Mimořádné opatření – uzavření základních, středních a vysokých škol od 11. 3. 2020*. MZCR: Ministerstvo zdravotnictví České republiky. Retrieved April 09, 2021, from <https://www.mzcr.cz/mimoradne-opatreni-uzavreni-zakladnich-strednich-a-vysokych-skol-od-11-3-2020/>
- Nakonečný, M. (2012). *Emoce*. Triton.
- Nakonečný, M. (2000). *Lidské emoce*. Academia.
- Orel, M. (2009). *Stres, zátěž a jeho zvládnání*. Obchodní akademie a VOŠ.
- Pavlíček, A. (2010). *Nová média a sociální sítě*. Oeconomica.
- Pennycook, G., & Rand, D. G. (2019). Who falls for fake news? The roles of bullshit receptivity, overclaiming, familiarity, and analytic thinking. *Journal of Personality, 88*(2), 185-200. <https://doi.org/10.1111/jopy.12476>
- Plháková, A. (2004). *Učebnice obecné psychologie*. Academia.
- Postler, M. (2003). *Média v reklamě: televize, rozhlas, tisk*. Oeconomica.
- Preston, G. (2003). *Internet*. SoftPress.
- Proulx, G. (2002). Understanding human behaviour in stressful situations. In *Workshop to Identify Research Needs to Foster Improved Fire Safety in the United States. Washington, DC., National Academy of Sciences*.
- Quarantelli, E. L. (2008). Conventional Beliefs and Counterintuitive Realities. *Social Research, 75*(3), 873-904.
- Reber, R., & Schwarz, N. (1999). Effects of Perceptual Fluency on Judgments of Truth. *Consciousness and Cognition, 8*(3), 338-342. <https://doi.org/10.1006/ccog.1999.0386>
- Reiterová, E. (2003). *Základy statistiky pro studenty psychologie* (2. upr. vyd). Univerzita Palackého.
- Říčan, P., & Pithartová, D. (1995). *Krotíme obrazovku: jak vést děti k rozumnému užívání médií*. Portál.
- Romer, D., & Jamieson, K. H. (2020). Conspiracy theories as barriers to controlling the spread of COVID-19 in the US. *Social Science & Medicine, 263*, 113356.
- Sailer, M., Stadler, M., Botes, E., Fischer, F., & Greiff, S. (2020). Science knowledge and trust in medicine affect individuals' behavior in pandemic crises.

- Schwarz, N. (2015). *Metacognition*. In M. Mikulincer, P. R. Shaver, E. Borgida, & J. A. Bargh (Eds.), *APA handbooks in psychology®. APA handbook of personality and social psychology, Vol. 1. Attitudes and social cognition* (p. 203–229). American Psychological Association.
- Špatenková, N. (2004). *Krize: psychologický a sociologický fenomén*. Grada.
- Švaříček, R., & Šedřová, K. (2014). *Kvalitativní výzkum v pedagogických vědách* (Vyd. 2). Portál.
- Toman, P. (2003). *Teorie a praxe informace*. Oeconomica.
- Tomandl, J. (2011). *Jak účinně oslovit média: media relations v podnikání, správě, kultuře i neziskovém sektoru*. Computer Press.
- Triplett, K. N., Tedeschi, R. G., Cann, A., Calhoun, L. G., & Reeve, C. L. (2012). Posttraumatic growth, meaning in life, and life satisfaction in response to trauma. *Psychological Trauma: Theory, Research, Practice, and Policy*, 4(4), 400-410. <https://doi.org/10.1037/a0024204>
- Verner, P. (2011). *Propaganda a manipulace*. Univerzita Jana Amose Komenského.
- Vykopalová, H. (2007). *Krize a psychosociální pomoc*. Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně.
- Vymětal, Š. (2009). *Krizová komunikace a komunikace rizika*. Grada.
- Walker, I. (2013). *Výzkumné metody a statistika*. Grada.
- World Health Organization [website]. (2020). Dostupné z https://www.who.int/health-topics/infodemic#tab=tab_1

Seznam obrázků, tabulek a grafů

Seznam obrázků

Obrázek 1.....	37
----------------	----

Seznam tabulek

Tabulka 1.....	39
Tabulka 2.....	39
Tabulka 3.....	40
Tabulka 4.....	41
Tabulka 5.....	41
Tabulka 6.....	42
Tabulka 7.....	43
Tabulka 8.....	43
Tabulka 9.....	44

Seznam grafů

Graf 1.....	32
Graf 2.....	32

Přílohy

Příloha č.:1

Kategorie	Kódy	Četnost použití kódu	Ukázky výpovědí
Negativní účinky	Cítím/ cítil jsem se/ cítil bych se špatně při sledování médií	71x	<ul style="list-style-type: none">• R5: „Přestala jsem číst noviny a zprávy na internetu, protože se po nich cítím špatně“• R1086: „Za nejhorší považuji sledování veškerého zpravodajství, ač vím že informovanost je důležitá, přesto vyšší a vyšší čísla na mě působí velice negativně“.• R331: „Jsem z neustálého omílání unavená.“• R385: „Myslím si, že to prožívám velmi, protože si čtu různé informace na internetu. Myslím si, že je problém, že si čtu i informace, který nejsou prověřeny a pak jsem z toho zbytečně ve stresu.“• R583: „... a trávím strašně moc času tím, že čtu ty média, i když nevím, jestli jsou stoprocentně spolehlivé, # občas přeháněj a tak, ale # furt to má na mě nějaký dopad a # furt jsem z toho taková # úzkostná nebo necejtím se dobře.“• R2003: „Ze začátku jsem sledovala hodně jak se situace vyvíjí - měla jsem deprese, úzkosti. Momentálně info sleduji minimálně a cítím se mnohem líp.“

Negativní účinky	Panika, tlak, dezinformace (poplašné zprávy)	51x	<ul style="list-style-type: none"> • R73: <i>“No pomáhá mi dobrá informovanost, pokud dochází k dezinformacím tak to znepríjemňuje a vytváří chaos a strach.”</i> • R533: <i>„Vadí mi mediální masáž, které se dá hůře vyhnout v domácnosti, kde je často puštěna televize na zpravodajském kanálu.“</i> • R742: <i>„Za nejhorší považuji masírku ze strany médií na jedné straně a nezodpovědnost a laxní přístup některých obyvatel na straně druhé.“</i> • R945: <i>„Za nejhorší považuji to, jakým stylem podávají informace média. Vůbec se nesnaží povzbuzovat, spíše naopak. Vidím to jako velký problém pro psychiku nejen zdravých, ale především nemocných lidí.“</i> • R1312: <i>„Za nejhorší považuji neustále vyvolávanou paniku některých médií,...“</i> • R1724: <i>„...v médiích sleduju pouze důležité informace, protože si myslím, že spousta reportáží a článků vyvolávají jen paniku.“</i> • R1870: <i>„Neustálé info ve všech médiích a panika okolo – nejhorší.“</i>
	Přehlcená média	37x	<ul style="list-style-type: none"> • R701: <i>„Média se vůbec nezajímají o jiná témata kromě koronaviru.“</i> • R824: <i>„Neustálé probírání koronaviru v médiích.“</i> • R955: <i>„..., nejhorší je extrémní nadbytek zpráv s tematikou pandemie a jejich nespolehlivost.“</i> • R1870: <i>„Neustálé info ve všech médiích a panika okolo – nejhorší.“</i> • R2775: <i>„Zprávy o koronaviru všude a nejhorší je věta: „Spolu to zvládneme.““</i>

Negativní účinky	Pomáhá nesledovat/omezit	100x	<ul style="list-style-type: none"> • R89: „Tak asi že nekoukám neustále na všechny možný zprávy, nepouštím televizi, nekoukám na internet, jen čas od času jednou a stačí mi si přečíst dvě zprávy denně o koronaviru a hned jedu dál.“ • R215: „Stranit se neustále konverzací o corona viru = konverzace, média atd.“ • R543: „Pomáhá nekoukat na zprávy a číst relevantní zdroje.“ • R915: „Pomáhá mi příliš se nezaobírat zprávami v médiích,...“ • R1842: „...,snažím se nebýt online a nesleduji TV.“ • R2160: „Pomáhá mi, když nesleduji zprávy,...“
Pozitivní účinky	Informovanost/ selektované informace	32x	<ul style="list-style-type: none"> • R94: „Pomáhá mi informovanost médií a vládní opatření.“ • R543: „Pomáhá nekoukat na zprávy a číst relevantní zdroje.“ • R696: „Pomáhá se tolik nesoustředit na každodenní zprávy a novinky o tomto tématu, zjišťovat jen nejdůležitější nařízení a vývoj situace.“ • R1679: „Pomáhá mi starat se o ostatní a sledovat nové zprávy, abych byla informovaná.“ • R1724: „...v médiích sleduju pouze důležité informace, protože si myslím, že spousta reportáží a článků vyvolávají jen paniku.“
	Dobré zprávy	11x	<ul style="list-style-type: none"> • R35: „..., ale občas když někdo řekne něco pozitivního, nebo když přijde nějaká dobrá zpráva, tak to mě trošku, ale jen opravdu malinko uklidní.“ • R107: „Určitě jsou to dobré zprávy jak už z médií ale i od rodiny.“ • R960: „Pomáhají mi možná lepší zprávy o koronaviru z grafů.“ • R1640: „Pomáhá mi příjemná konverzace s rodinou či přáteli, zajímavá kniha, dobré zprávy a pořádný kopec humoru.“
	Používání médií bez zpráv	5x	<ul style="list-style-type: none"> • R49: „Nejvíce mi pomáhá domácí práce, četba, stanice Šlágry a procházky.“ • R2029: „Pomáhá mobil, počítač, dokumenty v televizi beze zpráv, čtení časopisů.“

Vnímání vážnosti situace	Situace v ČR	143x	<ul style="list-style-type: none"> • R94: „Po vyhlášení nouzového stavu, do té doby mi nepřišla situace tolik vážná.“ • R145: „Teprve od chvíle, kdy se kvůli situaci začaly provádět opatření vyhlášená vládou. A také, když začali nemocní přibývat i v naší zemi. Předtím se mě ta situace netýkala a asi jsem o ní nijak moc nepřemýšlela.“ • R458: „Od prvního dne, od 1. března 2020.“ • R1143: „Myslím, že když se začaly povinně nosit roušky a když číslo nakažených lidí v mém rodném městě stoupl.“ • R1193: „To, že je situace vážná, mi došlo v okamžiku, když se ukázala rychlost přibývání infikovaných osob a když náhle začala přibývat úmrtí, která v ČR dříve nebyla.“ • R2953: „Od 12. března, kdy se zavřely školy.“
	Evropa	31x	<ul style="list-style-type: none"> • R352: „Od 1. výskytu v Evropě.“ • R480: „Od doby, co byli první nakažení v Evropě a doposud zůstaly otevřené hranice a lidi jezdili na dovolenou a nebylo nijak omezené cestování, neomezený pohyb a v tu dobu to nikdo nebral vážně.“ • R1435: „Můj pohled na věc se začal měnit ve chvíli, kdy epidemie v Itálii nabrala na tempu a začaly odtamtud chodit znepokojivé zprávy o stovkách mrtvých denně, o přetíženém zdravotnictví, přeplněných nemocnicích a vyčerpaných lékařích a zdravotních sestřích.“ • R1921: „Od půlky února už jsem situaci považovala za vážnou (máme sestřenici a rodinného přítele na severu Itálie), od konce února za velmi vážnou.“ • R2215: „Od okamžiku prvních zpráv o neřízeném šíření v Itálii – dříve, než začaly návraty Čechů do vlasti.“ • R2273: „V únoru 2020“

Vnímání vážnosti situace	Čína	22x	<ul style="list-style-type: none"> • R459: „Ve chvíli, kdy Čína začínala s městy v karanténě, jsem si už myslela, že to bude vážné.“ • R684: „Za vážnou ji považuji již od Wu-chanu, kdy jsem předpovídala tento progres, za kritickou ji však nepovažuji.“ • R1271: „Od ledna 2020.“ • R1428: „Od raketového vzrůstu nakažených v Číně. V tu dobu už mi bylo jasné, že to brzy dorazí i sem.“
	Nepovažuji za vážnou	20x	<ul style="list-style-type: none"> • R701: „Současná situace mi stále nepřijde tolik vážná, jako ji vykreslují média a naši politici.“ • R824: „Ještě ji nepovažuji za vážnou.“ • R1152: „Situaci za závažnou nepovažuji ani teď 3.4...“ • R1629: „Nepřijde mi vážná.“