

Rizikové chování na internetu v souvislosti s rysy osobnosti

Aneta Kochánková

Bakalářská práce
2024



Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně
Fakulta logistiky a krizového řízení

Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně
Fakulta logistiky a krizového řízení
Ústav krizového řízení

Akademický rok: 2023/2024

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

(projektu, uměleckého díla, uměleckého výkonu)

Jméno a příjmení: Aneta Kochánková
Osobní číslo: L21012
Studijní program: B1022A020002 Management rizik
Forma studia: Prezenční
Téma práce: Rizikové chování na internetu v souvislosti s rysy osobnosti

Zásady pro vypracování

1. Provedte rešerši na zadané téma.
2. Provedte dotazníkové šetření ve vybrané skupině.
3. Analyzujte získaná data a navrhněte opatření bezpečného chování na internetu na základě získaných výsledků.

Forma zpracování bakalářské práce: **tištěná/elektronická**

Seznam doporučené literatury:

1. BLINKA, Lukáš. *Online závislosti: jednání jako droga? : online hry, sex a sociální sítě : diagnostika závislosti na internetu : prevence a léčba*. Praha: Grada, 2015. Psyché (Grada). ISBN 978-80-210-7975-5.
2. HOLLÁ, Katarína. *Sexting a kyberšikana*. Bratislava: Iris, 2016. ISBN 978-80-8153-061-6.
3. KOŽÍŠEK, Martin a PÍSECKÝ, Václav. *Bezpečně na internetu: průvodce chováním ve světě online*. Praha: Grada Publishing, 2016. ISBN 978-80-247-5595-3.

Další odborná literatura dle doporučení vedoucí bakalářské práce.

Vedoucí bakalářské práce: **Mgr. Anna Soukupová**
Ústav krizového řízení

Datum zadání bakalářské práce: **1. prosince 2023**

Termín odevzdání bakalářské práce: **3. května 2024**

L.S.

doc. Ing. Zuzana Tučková, Ph.D.
děkanka

Ing. et Ing. Jiří Konečný, Ph.D.
ředitel ústavu

V Uherském Hradišti dne 4. prosince 2023

PROHLÁŠENÍ AUTORA BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Beru na vědomí, že:

- bakalářská práce bude uložena v elektronické podobě v univerzitním informačním systému a dostupná k nahlédnutí;
- na moji bakalářskou práci se plně vztahuje zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) ve znění pozdějších právních předpisů, zejm. § 35 odst. 3;
- podle § 60 odst. 1 autorského zákona má Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně právo na uzavření licenční smlouvy o užití školního díla v rozsahu § 12 odst. 4 autorského zákona;
- podle § 60 odst. 2 a 3 autorského zákona mohu užít své dílo – bakalářskou práci nebo poskytnout licenci k jejímu využití jen s předchozím písemným souhlasem Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně, která je oprávněna v takovém případě ode mne požadovat přiměřený příspěvek na úhradu nákladů, které byly Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně na vytvoření díla vynaloženy (až do jejich skutečné výše);
- pokud bylo k vypracování bakalářské práce využito softwaru poskytnutého Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně nebo jinými subjekty pouze ke studijním a výzkumným účelům (tj. k nekomerčnímu využití), nelze výsledky bakalářské práce využít ke komerčním účelům;
- pokud je výstupem bakalářské práce jakýkoliv softwarový produkt, považují se za součást práce rovněž i zdrojové kódy, popř. soubory, ze kterých se projekt skládá. Neodevzdání této součásti může být důvodem k neobhájení práce.

Prohlašuji,

- že jsem na bakalářské práci pracoval samostatně a použitou literaturu jsem citoval. V případě publikace výsledků budu uveden jako spoluautor.
- že odevzdaná verze bakalářské práce a verze elektronická nahraná do IS/STAG jsou obsahově totožné.

V Uherském Hradišti, dne: 3. 5. 2024

Jméno a příjmení studenta: Aneta Kochánková

.....
podpis studenta

ABSTRAKT

Bakalářská práce se primárně zaměřuje na sexting v kybernetickém prostoru. Teoretická část popisuje kybernetickou bezpečnost, rizikové chování spojené s figurováním na internetu, do nějž se řadí kyberšikana, kyberstalking, kybergrooming a také i sexting. Praktická část je založena na datech získaných z dotazníkového šetření, verifikaci hypotéz a návrhové části fiktivní kampaně pro osvětu sextingu. Data z dotazníkového šetření jsou vstupním bodem pro ověřování hypotéz, které jsou spjaty s temperamentem a sextingem. Vyhodnocení temperamentu plyne z části dotazníkového šetření, ve kterém je uveden Eysenckův osobností dotazník. Návrhová část se opírá o data respondentů, na jejichž bázi je část fiktivní kampaně postavena. Výsledky šetření a návrh fiktivní kampaně umožňují náhled na sexting a poskytují tak čtenáři úvod do této problematiky.

Klíčová slova: dotazníkové šetření, kybernetická bezpečnost, sexting, temperament

ABSTRACT

This bachelor thesis primarily focuses on sexting in cyberspace. The theoretical part covers cybersecurity, risky behaviours associated with online presence, which includes cyberbullying, cyberstalking, kybergrooming and also sexting. The practical part is based on data collected from questionnaire survey, hypothesis verification and the design part of fictional sexting awareness campaign. Data from the questionnaire survey is the entry point for testing the hypotheses related to temperament and sexting. The assessment of temperament comes from the Eysenck personality questionnaire part of the questionnaire survey. The design part is based on the respondents' data which the fictional campaign part is based on. The results of the survey and the design of the fictional campaign give an insight into sexting and thus provide the reader with an introduction to the issue.

Keywords: questionnaire survey, cybersecurity, sexting, temperament

Tímto bych chtěla poděkovat mé rodině a svým nejbližším, kteří mě podporovali po celou dobu studia a při psaní bakalářské práce.

Mé poděkování patří také mé vedoucí bakalářské práce Mgr. Anně Soukupové, za odborné konzultace a připomínky během zpracování.

Prohlašuji, že odevzdaná verze bakalářské práce a verze elektronická nahraná do IS/STAG jsou totožné.

OBSAH

ÚVOD	9
I TEORETICKÁ ČÁST	10
1 KYBERNETICKÁ BEZPEČNOST	11
1.1 ZASTOUPENÍ PRÁVNÍCH NOREM.....	11
1.2 BEZPEČNOST NA INTERNETU	12
1.3 DIGITÁLNÍ STOPA	15
1.3.1 Digitální stopa ovlivnitelná	15
1.3.2 Digitální stopa neovlivnitelná	15
1.4 RIZIKOVÉ CHOVÁNÍ NA INTERNETU	16
1.4.1 Kyberšikana.....	16
1.4.2 Kyberstalking	17
1.4.3 Kybergrooming	17
1.4.4 Nebezpečné praktikování sextingu	18
2 SEXTING	19
2.1 RIZIKA SEXTINGU	20
2.2 TYPOLOGIE SEXTINGU	21
2.3 MOTIVACE PRO REALIZACI SEXTINGU	22
2.4 TEMPERAMENT OSOBNOSTI A CHOVÁNÍ NA INTERNETU.....	24
II PRAKTICKÁ ČÁST	27
3 DOTAZNÍKOVÉ ŠETŘENÍ	28
3.1 STRUKTURA DOTAZNÍKOVÉHO ŠETŘENÍ	28
3.2 VÝSLEDKY VÝZKUMU	29
4 VERIFIKACE HYPOTÉZ	41
5 NÁVRHOVÁ ČÁST	43
5.1 NÁZEV KAMPANĚ	43
5.2 INFORMACE O KAMPANI	43
5.3 CÍLOVÁ SKUPINA	43
5.4 ČASOVÉ OHRANIČENÍ	44
5.5 TÝM ODBORNÍKŮ.....	44
5.6 MARKETING	45
5.7 SPOLUPRÁCE	51
5.8 FINANČNÍ PLÁN	51
ZÁVĚR	54
SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY	55
SEZNAM POUŽITÝCH SYMBOLŮ A ZKRATEK	59

SEZNAM OBRÁZKŮ	60
SEZNAM TABULEK.....	61
SEZNAM PŘÍLOH.....	62

ÚVOD

Dnešní společnost je velmi závislá na kyberprostoru. Ten nám sice nabízí mnoho možností, ale také celou řadu rizik. Dnešním novodobým fenoménem je sexting, který praktikuje velká část populace.

Cílem této bakalářské práce je lépe obeznámit čtenáře ohledně problematiky spjaté s praktikováním sextingu a vyhodnocení vztahu mezi temperamentem osobnosti a provozování sextingu.

Bakalářská práce se skládá z teoretické a praktické části. V teoretické části se práce primárně zaměří na kybernetickou bezpečnost. Svůj prostor dostanou také právní normy a legislativa spjatá s tímto tématem. Dále se tato část skládá z bezpečnosti na internetu, kdy se zaměřuje na nejčastější chyby uživatelů, jako je například užití slabého hesla nebo používání stejného hesla na více serverech. Na základě této problematiky je zde nastíněna prevence, jak se lépe chránit.

Jelikož každý náš krok za sebou zanechává digitální stopu v kyberprostoru, tak i o tomto tématu pojednává kapitola v teoretické části. V neposlední řadě se v práci uvádí rizikové chování na internetu, mezi které se řadí například kyberšikana, kyberstalking, kybergrooming a sexting. Další velká kapitola se zaměří na sexting, kdy čtenáře obeznamuje, co to samotný sexting je, rizika spjatá s jeho provozováním, nebo jaká je motivace k jeho realizaci. Na závěru teoretické části se rozebírá prvotní zamyšlení nad souvislostí temperamentu a praktikování sextingu.

Praktická část bude obsahovat dotazníkové šetření pomocí kterého bude probíhat sběr dat od respondentů a následně se získaná data budou vyhodnocovat. Budou stanoveny hypotézy, na jejichž bázi bude postaveno dotazníkové šetření. Následně proběhne analýza dotazníkového šetření a vyhodnocení temperamentu na základě Eysenckova osobnostního dotazníku. Pomocí statistické analýzy se vyhodnotí podobnost korelace mezi typem temperamentu a formou sextingu. Korelace bude zpracována vně statistických metod a bude ověřena hladina významnosti výsledku pomocí testu spolehlivosti.

Dílním cílem je zjistit, zda existuje korelace mezi těmito prvky, dále verifikace hypotéz, které budou stanoveny a v neposlední řadě dalším dílním cílem praktické části bude zpracování návrhové části ohledně fiktivní kampaně.

I. TEORETICKÁ ČÁST

1 KYBERNETICKÁ BEZPEČNOST

Kybernetická bezpečnost má v posledních letech stále zásadnější postavení ve společnosti. Dá se konstatovat, že společnost je na kyberprostoru závislá. Tato rostoucí míra závislosti však s sebou přináší širokou škálu možných rizik a hrozeb. Do nejdůležitějších prvků kybernetické bezpečnosti patří ochrana vládních tajemství a kritické infrastruktury. Při jejichž nefunkčnosti by docházelo k nefunkčnosti a závažným dopadům na všechny aspekty státu (přes ekonomiku, bezpečnost státu až po potřeby obyvatelstva státu). Dále lze konstatovat, že kybernetická bezpečnost je po mnoha stránkách stále nový a neustále se rozvíjející obor a na základě toho se dá očekávat neustálý přísun nových technologií. Mezi takové technologie lze zařadit umělou inteligenci či kvantové počítače. (Holakovský, 2022) Kyberprostor pro svoje vlastnosti vytváří příznivé prostředí pro jakoukoli kybernetickou kriminalitu. Jelikož kyberprostor není nijak omezen státními hranicemi či kontinenty, přináší tak relativní anonymitu a takřka nás nijak neomezuje, tak je vznik kybernetické kriminality o to snazší. S ohledem na tyto vlastnosti kyberprostoru se vytváří ideální podmínky pro nelegální obchodování, přesměrované platby či kyberšikanu až extremismus a terorismus. (Dvořáková, 2020)

Kybernetická bezpečnost má za úkol zajistit tři klíčové atributy informací a dat. Prvním atributem je důvěrnost, kdy v tomto případě jsou informace přístupné pouze oprávněným uživatelům. Integrita je druhým atributem, který zajišťuje, že informace jsou přesné a kompletní a nejde je neoprávněně změnit. Posledním atributem je dostupnost. V tomto případě jsou informace k dispozici oprávněným uživatelům v požadované době. Tato všechna opatření mají za úkol zajistit, aby se kompletní informace bezpečně dostala k osobám, pro které je určena. (Michalková, 2022)

1.1 Zastoupení právních norem

Informační a kybernetická bezpečnost je ukotvena v celé řadě legislativních norem a opatření, které tvoří legislativní rámec v České republice. Nejdůležitějším zákonem je zákon č. 181/2014 Sb., o kybernetické bezpečnosti. (Česko, 2014)

Tento zákon upravuje práva a povinnosti osob, působnosti a pravomoci orgánů veřejné moci v oblasti elektronických komunikací a informačních systémů. Dále jsou v zákoně vymezeny orgány a osoby, kterým jsou ukládány povinnosti v oblasti kybernetické bezpečnosti. Také stanovuje systém zajištění kybernetické bezpečnosti a vymezuje stav kybernetického nebezpečí. (Michalková, 2022)

Dále je důležité zmínit vyhlášku č. 82/2018 Sb., o kybernetické bezpečnosti, která zpracovává příslušný předpis EU směrnice Evropského parlamentu a Rady EU č. 2016/1148 pro vybrané informační systémy upravuje obsah a strukturu bezpečnostní dokumentace, obsah a rozsah bezpečnostních opatření. Vyhláška se zabývá bezpečnostním opatřením, kybernetickými bezpečnostními incidenty, reaktivními opatřeními, náležitostí podání v oblasti kybernetické bezpečnosti a mimo jiné také likvidací dat, provozních údajů, informací a jejich kopií. (Česko, 2018; Michalková, 2022)

1.2 Bezpečnost na internetu

Jelikož na internetu vystupuje drtivá většina společnosti, tak by u každého uživatele měla existovat základní povědomost o internetové bezpečnosti. Bohužel to neplatí u všech a některé osoby se tak stávají snadným terčem pro kybernetické útoky. Internet se stal ideálním a snadným prostorem pro kybernetické hrozby. Mezi nejtypičtější kybernetické útoky patří odcizení dat. Tento druh krádeže je čím dál častější a uživatelé se stávají více zranitelnými. Přitom v mnoha situacích si za odcizení dat mohou uživatelé sami. (Dvořáková, 2020)

Odcizení dat

Typickou, a zároveň nejčastější chybou uživatelů, je použití slabého hesla, které je často velmi jednoduché, a tak jej není těžké uhádnout. (Dvořáková, 2020)

Existuje také databáze nejčastěji používaných hesel, které je možné vidět v tabulce 1.

Tabulka 1 – Třicet nepoužívanějších hesel (Data převzata z: Glamoslja, 2024)

Hesla					
1.	123456	11.	abc123	21.	princess
2.	password	12.	1234	22.	letmein
3.	123456789	13.	password1	23.	654321
4.	12345	14.	iloveyou	24.	monkey
5.	12345678	15.	1q2w3e4r	25.	27653
6.	qwerty	16.	000000	26.	1qaz2wsx
7.	1234567	17.	qwerty123	27.	123321
8.	111111	18.	zaq1xsw2	28.	qwertyuiop
9.	1234567890	19.	dragon	29.	superman
10.	123123	20.	sunshine	30.	asdfghjkl

Podle Climera (2019) je další častou chybou používání stejného hesla na více serverech. V tomto případě je problém, pokud se hacker dostane například do emailové schránky, tak následně by se zcela jistě dokázal dostat do dalších účtů. Poslední častou chybou, kterou si uživatelé často neuvědomují, je nadbytečné sdílení informací. Kvůli tomu se uživatel může stát snadným cílem pro napadení od hackera.

Climer (2019) shrnul prevenci do 5 bodů:

1. Pozor na škodlivé odkazy – žádný uživatel by neměl reagovat na odkaz, který pochází z nedůvěryhodných zdrojů. Přes škodlivé odkazy jde způsobit únik dat, ale také poškození zařízení, ze kterého uživatel odkaz rozklikl.
2. Používat pouze svá zařízení – uživatelé by se měli přihlašovat pouze ve svém vlastním zařízení, a tak předejít sdílení přihlašovacích údajů s jinými uživateli a zařízeními.
3. Zálohování dat – hackerům často nejde pouze o odcizení dat. Některým jde o to data zašifrovat či úplně vymazat. Proto zálohování dat je pro uživatele bezpečná forma zachování dat v pořádku.
4. Obětí se může stát každý – uživatel si často mylně myslí, že mu žádné nebezpečí nehrozí, avšak opak je pravdou. Hackeři nerozlišují, o jakou jde osobu, a proto nebezpečí hrozí každému uživateli stejné.
5. Zabezpečení – mezi účinné zabezpečení se dají zařadit již zmíněná silná hesla, nepoužívání veřejných Wi-Fi sítí aj. Na mnoho funkcí, které děláme prostřednictvím mobilních telefonů (např. platba z mobilu), jde již v dnešní době vytvořit zabezpečení, a to hned několika různými způsoby (např. dvoufázové ověření přes mobilní telefon, otisk prstů nebo např. face ID).

Zabezpečení v kybernetické bezpečnosti

Existuje celá řada opatření a technologických postupů, jejichž cílem je chránit počítačové systémy, sítě, data a samotné uživatele před kybernetickými hrozbami a možnými útoky. Mezi taková nejběžnější zabezpečení patří:

Firewall

Brána firewall je program sloužící k blokování škodlivého softwaru a k dosažení obecné bezpečnosti dat. Je to bezpečnostní prvek používaný v zařízeních, který sleduje příchozí a odchozí data a chrání proti neoprávněnému přístupu do sítě. Zabraňuje šíření osobních

informací po síti a vniknutí škodlivých virů do zařízení uživatele. Obecně lze říct, že zajišťují důvěrnost, integritu a dostupnost dat. Důvěrnost v takové podobě, že k informacím má přístup pouze oprávněný uživatel. Integrita dat znamená, že data nelze změnit a přesouvat. Dostupnost dat znamená, že informace jsou pro schválené uživatele vždy přístupné (Abdulwasiu, 2022)

Antivirus

Antivirus je jeden z mnoha typů softwarů, který slouží k prevenci napadení systému viry a k jejich detekci. Poskytuje ochranu před viry v reálném čase. Je navržen tak, aby vyhodnocoval data (jako jsou aplikace, webové stránky, soubory aj.) a následně viry detekoval a popřípadě i odstranil. Existují vestavěné antivirové programy, které jsou již součástí samotného operačního systému (Sunte a Nellur, 2023).

K dispozici jsou základní verze antivirů, které jsou zdarma či placené verze. Jako příkladem mohou být: ESET Antivirus, Avast Antivirus, AVG, McAfee, Norton aj. (Antivirové programy, 2024).

VPN

Zkratka VPN znamená Virtuální soukromá síť, anglicky „Virtual Private Network“. Původně se privátní sítě využívali jen v rámci organizací a firem pro dálkovou komunikaci. V dnešní době tyto sítě slouží i jednotlivým uživatelům. VPN lze využít třemi způsoby:

Zachování soukromí – Šifrované tunely umožní koncovému uživateli ochránit své soukromí.

Obcházení cenzury a zákazu přístupu – Uživatel dokáže obcházet cenzuru či zakázaný přístup ke geograficky blokovanému obsahu. Zařízení se připojí na server v jiné zemi a tím se obsah stane pro uživatele přístupným.

Vzdálený přístup – VPN lze použít ke vzdálenému přístupu k omezeným zdrojům či k připojení k síti organizace. Tato funkce byla právě často využívána v době pandemie COVID-19, kdy značná část pracovníků a studentů pracovala výhradně z domova (Maghsoudlou et al., 2023).

V dnešní době existují již desítky softwarových virem, které se vytvářením VPN zabývají. Jako příkladem mohou být např.: SurfShark VPN, CyberGhost VPN, Windscribe, ExpressVPN či NordVPN.

Tyto služby jsou často poskytovány za měsíční či roční předplatné. Některé jsou dostupné i zdarma, ale mají omezené možnosti a pro opravdovou ochranu spotřebitele jsou často nedostačující (VPN Software, 2024).

1.3 Digitální stopa

Naše každodenní vystupování a fungování na internetu s sebou přináší hrozby, které jde spíše definovat jako rizika, jelikož za sebou zanecháváme digitální stopu v kyberprostoru (Kolouch, 2016)

Každé naše kliknutí, sdílení a jakákoli interakce online za námi zanechává digitální stopu. Všechna tato data zpracovávají a shromažďují firmy za účelem lepšího porozumění jejich uživatelů, kteří následně cílí reklamy a poskytují více personalizovaný obsah. Avšak přináší celou řadu rizik, které si uživatelé často neuvědomují. Digitální stopa se na základě toho, zda ji může uživatel ovlivnit či nikoli jde rozdělit na ovlivnitelné a neovlivnitelné stopy (Kolouch, 2016)

1.3.1 Digitální stopa ovlivnitelná

Jak už samotný název napovídá – jedná se o takovou digitální stopu, kterou každý uživatel může ovlivnit. Jednotlivec dokáže aktivně ovlivňovat obsah a povahu informací, které zanechává ve virtuálním prostředí. Uživatel vědomě využívá služby a dobrovolně zveřejňuje informace. Mezi takové platformy lze zařadit blogy, fóra, sociální sítě, e-mail, datová úložiště, cloudové služby aj. (Michalková, 2022)

1.3.2 Digitální stopa neovlivnitelná

Neovlivnitelná digitální stopa se týká takových dat a informací, které jsou shromažďovány a zpracovány a uživatel nad nimi má omezenou kontrolu. Často jsou tyto informace generovány automaticky prostřednictvím našich aktivit a vznikají na základě interakce jednoho počítačového systému s jiným počítačovým systémem, který má jiný systém anebo na základě funkčnosti počítačového systému. (Kolouch, 2016)

Avšak nelze zcela tvrdit, že se tato digitální stopa nedá ovlivnit. Pokud je uživatel dostatečně zkušený, tak je schopen velkou část „neovlivnitelných“ digitálních stop poupravit či potlačit (např. pomocí anonymního režimu webového prohlížeče, který vypne cookies). (Kolouch, 2016)

1.4 Rizikové chování na internetu

Život v digitálním světě, kdy je internet neodmyslitelnou součástí našich životů, sebou přináší celou řadu výhod a možností, ale to stejné platí i pro rizika. Rizikové chování na internetu s sebou přináší potenciální nebezpečí nejen pro jednotlivce, ale také pro celou společnost. Mezi méně známé formy rizikového chování na internetu stojí za zmínku happy slapping – podstatou je natáčení videí fyzického útoku, které je následně zveřejněno a šířeno na internetu, dále rizika sociálních sítí, hoaxy a spamy, kdy jde o šíření poplašných a nevyžádaných zpráv, další typickou rizikovou formou je zneužití osobních údajů v prostředí elektrotechnických médií, v neposlední řadě také phishing a pharming – jedná se o útoky v rámci internetového bankovníctví, a na závěr je důležité zmínit také sociální inženýrství, které spočívá ve vytvoření falešné identity za účelem podvodu nebo jiné trestné činnosti v prostředí internetu. (Borská, 2015)

Následné podkapitoly jsou podrobněji zaměřené na nejtypičtější rizikové chování, se kterým je možné se denně setkat. Mezi tyto konkrétní druhy rizikového chování lze zařadit kyberšikana, kyberstalking, kybergrooming a sexting.

1.4.1 Kyberšikana

Kyberšikana je speciální druh klasické šikany. Jedná se o agresivní formu chování, která je praktikovaná v online prostředí prostřednictvím digitálních technologií. Od klasické šikany v reálném světě se liší tím, že útočníkům umožňuje použít takové nástroje a prostředky, které na oběť mohou mít mnohem větší dopad. Kyberšikana umožňuje opakované útoky na oběť, jelikož z geografického hlediska nemá vliv, kde se oběť nachází. (Kolouch, 2016)

Kyberšikana jde vymezit konkrétními znaky:

- Pocit anonymity – útočník si myslí, že je nedohledatelný.
- Neomezenost útoku – útočník nemusí řešit čas ani místo pro svůj útok, tudíž nemusí vynakládat takové úsilí a jeho útok může zprostředkovat v podstatě kdykoli, odkudkoli a na kohokoli.
- Neomezený okruh pro útočníky – ve virtuálním světě nezáleží na věku, pohlaví, fyzické síle, rase aj. tudíž obětí se může stát kdokoli.

- Obtížná zjistitelnost – pokud oběť nesdělí, že je šikanovaná, tak pro jeho okolí je obtížnější zjistit, že se něco děje, jelikož na oběti není vidět fyzické napadení apod.
- Trvalost – trvání kyberšikany může být v řadě týdnů, měsíců, ale i let. Dále také trvání ve smyslu, že oběť se může ke kyberútokům opakovaně vracet (zaslaná SMS, fotografie aj. mohou neustále v oběti vyvolávat trauma, tudíž mají trvalejší následky než fyzické útoky. (Kolouch, 2016)

1.4.2 Kyberstalking

Pointa kyberstalkingu spočívá v takovém jednání, kdy dochází k opakovanému kontaktování oběti prostřednictvím kybernetického prostředí. Útočnickovo chování se postupem času stupňuje a v oběti vyvolává obavy až strach o svoje soukromí, zdraví nebo život. Aby se jednalo o kyberstalking, tak útočnickovo chování musí být dlouhodobější. Je pro něj typická útočnickova systematičnost a vytrvalost, kdy může docházet k vytváření celé řady falešných identit a zveřejňování informací ze života oběti, které se podařily útočnickovi získat. (Dvořáková, 2020)

1.4.3 Kybergrooming

Úzce spjatá problematika s daným tématem je kybergrooming. Jelikož kybergrooming se charakterizuje jako psychická manipulace s osobou, která je realizovaná prostřednictvím internetu či informačních a komunikačních technologií (např. pomocí mobilních telefonů aj.). Cílem kybergroomingu je vyvolat v oběti falešnou důvěru, až do takové míry, kdy má dojít k osobní schůzce. Výsledkem kybergroomingu může být jakýkoli fyzický či sexuální (či jiný) útok na oběť. Rizikové skupiny jsou nejen děti, ale oběťmi mohou být i dospělé osoby. (Kožíšek a Písecký, 2016)

Hlavním cílem je tedy vybudovat emoční spojení, získat důvěru a osobní údaje od oběti. A to právě především prostřednictvím rozhovorů, fotografií či videí se sexuální tematikou, které následně jsou pro pachatele materiálem k vyhrožování nebo vydírání oběti. Pro vytvoření tak blízkého emočního spojení pachatelé často využívají falešnou identitu, kdy se vydávají za mladistvého a k oběti přistupují přátelsky. (Dvořáková, 2020)

V oběti chtějí vyvolat pocit důvěry, zajímají se o ně. Zpočátku konverzace probíhá všeobecný zájem o jejich koníčky, rodinu, přátele, kde studují, co rádi dělají apod. Následně začne konverzace sklouzávat k sexuálním tématům, k nabídkám výměny intimních

fotografií a jiných explicitních materiálu, které následně mohou proti oběti použít. (Kožíšek a Písecký, 2016)

Velkým faktorem je zde opět anonymita, která umožňuje pachatelům jednat a také tímto způsobem ovlivňovat více obětí najednou. Jednoznačně účinným bojem proti kybergroomingu je prevence. Informovanost ohledně této problematiky může zamezit vzniku těchto situací a předcházet jim. (Dvořáková, 2020)

1.4.4 Nebezpečné praktikování sextingu

Dalším velmi rizikovým chováním z prostředí sociálních sítí je tzv. sexting. Jedná se o zasílání textových zpráv, fotografií či videí se sexuálním obsahem pomocí internetu. Explicitní materiál se sexuálním podkresem je zasílán buď dobrovolně, či nedobrovolně. Choulostivý materiál může být následně využit k vydírání či vyhrožování. Naopak se ale sexting velmi často praktikuje mezi partnery, milenci či s cizími osobami a nemusí nutně znamenat špatné následky. (Kožíšek a Písecký, 2016)

Sexting se mezi lidmi praktikuje hned z několika důvodů, které jsou v následující kapitole podrobněji rozebrány. Komplexnější přehled a informace ohledně sextingu jsou rozebrány v nadcházející druhé kapitole.

2 SEXTING

Sexting lze definovat jako zasílání textových zpráv, fotografií nebo videí se sexuálním obsahem. S rozvojem využívání moderních informačních technologií dochází k masovému využívání sextingu, a to nejen u dospělých, ale i dětí. Pojem sexting vychází ze dvou anglických segmentů: sex – pohlaví a texting – zasílání zpráv. (Borská, 2015)

Sexuálně explicitní komunikace může probíhat mezi:

1. jenom dospělými;
2. dospělým – dítětem;
3. dospívající mládeží;
4. dospělým – dospívajícím/mladistvým (Halder D., Jaishankar K., 2014).

Jedná se o novodobou formu chování, která se ale netýká pouze dnešní generace. Vzniknul na základě expanzivního rozvoje ve vědě a technice. Sexting má za následek impulzivní jednání jednotlivců v kyberprostoru. (Hollá, 2016)

Dále Hollá uvádí: „*Sexting charakterizují následující indikátory: vlastnoruční tvorba, dobrovolnost, sexuální a erotické zprávy, komentáře, chaty, obrázky, fotky a videa apod. Obsah šířený sociálními a interpersonálními médii, mezi zamilovanými, partnery, mladými lidmi, kde alespoň jeden očekává od druhé strany hlubší vztah, a dospělými.*“ (Hollá, 2016, s. 49)

U mladistvých, kteří hojně využívají mobilní telefony a sociální sítě, nastává sexting v momentech, kdy chtějí získat pozornost či flirtovat, a v drtivé většině si neuvědomují následky svého jednání. Tyto neuvážené kroky je mohou dostat do velmi rizikových situací. (Dvořáková, 2020)

K sextingu dochází často mezi partnery, kteří si vyměňují lechtivé zprávy. Často partneri tuto činnost praktikují s myšlenkou okořenění jejich vztahu. Naopak jsou lidé, kteří tuto činnost vyhledávají záměrně s cizími lidmi (např. pomocí seznamky). (Kojzarová, 2022)

Nevědomost nezletilých, dospívajících a dospělých osob vede k neuváženým krokům, které již nejdou vzít zpět. Za nevědomost často může nedostatečná prevence a informovanost v této oblasti. (Dvořáková, 2020)

2.1 Rizika sextingu

Sexting s sebou nese celou řadu rizik a nebezpečí, zejména pokud se jedná o mladistvé osoby. Jak už bylo nastíněno, sexting často využívají mladí lidé, kteří si nedostatečně uvědomují následky. Často nastává situace, kdy kompromitující fotografii či zprávu zašlou nedůvěryhodné osobě, která je následně začne šířit bez jejich souhlasu či začne docházet k šikaně (cyberbullyingu). Jelikož sexting mohou praktikovat de facto osoby v jakémkoli věku, tak zde nastává ještě jedno velké riziko, a to porušení zákonů týkajících se pornografie a ochrany osobních údajů, zejména pokud se jedná o nezletilé osoby. Dle zákona č. 40/2009 Sb., trestní zákoník § 192 Trestního zákoníku o *Výrobě a nakládání s dětskou pornografií*. Tento typ „intimní tematiky“ je na internetu velmi často vyhledáván. (Kožíšek a Písecký, 2016)

Jednoznačně největším rizikem sextingu je zneužití citlivého materiálu. Může dojít k úniku či šíření těchto materiálů bez souhlasu, či může dojít k odcizení telefonu, nabourání sociálních sítí anebo dobrovolným zasláním erotického materiálu, kterého druhá osoba zneužije. Časté případy se objevují také po rozchodu, kdy partner zveřejní kompromitující materiály. To může zapříčinit velmi negativní psychologické a sociální následky na poškozené osoby. Avšak důsledky sextingu mohou být až fatální, kdy v některých případech je na oběť vyvíjen takový nátlak, který může končit dehonestací, sebepoškozením a v nejhorším případě až sebevraždou. (Kopecký a Szotkowski, 2017)

V dnešní době může osoby vlastníci kompromitující materiál či osoby, které explicitní materiál zaslaly stát ztrátu společenského postavení, pověsti či prestiže. (Cimmerová, 2020)

Je důležité mít na paměti, že po odeslání citlivého materiálu ztrácíme nad jejich obsahem veškerou kontrolu. Jakmile se obsah dostane do veřejného prostoru, tak prakticky nejde smazat, jeho životnost je obrovská a může se tak nekontrolovatelně šířit. (Kojzarová, 2022)

Softwarové společnosti ESET, která v roce 2022 prováděla průzkum ohledně sextingu, došla k zajímavým datům: „Češi rádi sdílí své intimní fotografie a videa. Většina nezletilých (82 %) uvedla, že je pro ně sexting nebezpečný, až pro dvě třetiny nepřijatelný (69 %) a pětina z nich, která intimní obsah někdy sdílela, se již setkala s nějakým zneužitím, a to všemi různými formami – nedobrovolné zveřejnění, vydírání, manipulace či šikany.“ (Průzkum ESET, 2022)

V porovnání s průzkumem z roku 2014, který zrealizoval tým Centra prevence rizikové virtuální komunikace Pedagogické fakulty Univerzity Palackého v Olomouci ve spolupráci

s firmou Seznam.cz, považovalo 77,5 % dětí sexting za riskantní. Což ve srovnání s průzkumem z roku 2022 došlo ke zlepšení informativnosti rizik spojených se sextingem. (Kožíšek a Písecký, 2016)

2.2 Typologie sextingu

Jak již bylo řečeno, sexting se vyskytuje v životech dospívajících a dospělých osob, kdy se prostřednictvím komunikačních zařízení snaží zaujmout či rozvíjet svoje vztahy. Nejzákladnější rozdělení sextingu jde do dvou rozsáhlých kategorií: dobrovolný a nátlakový sexting. (Hollá, 2016)

Dobrovolný sexting je taková forma sexuální aktivity, při kterém chtějí jednotlivci uspokojit svoji sexuální zvědavost. Touto formou lze i dojít ke sblížení mezi dvěma osobami, ale bez sexuální blízkosti. Především v okruhu dospívajících a mladých dospělých funguje sexting jako praktika k přilákání někoho, kdo je zajímavý. V partnerském vztahu může sexting vyjadřovat intimitu, důvěru, a i jiné závazky vůči partnerovi. (Hollá, 2016)

Pod dobrovolný sexting lze zařadit také pojem konsensuální sexting. Konsensuální sexting je nutný odlišit od nátlaku, vydírání či zneužití explicitního materiálu bez souhlasu osob. (Hollá, 2016)

Nátlakový, případně vynucený či nonkonsenzuální sexting, může vyjadřovat formu sexuálního obtěžování. Při nátlakovém sextingu nemusí jít pouze o zneužití zpráv, fotografií a videí jinou osobou. Může jít o vlastní sexuální uspokojení a jiné potřeby, s kterými druhá osoba není ztotožněna. V tomto případě je zde vyšší riziko zneužití. Může docházet k nežádoucímu sdílení soukromých zpráv, fotek, videí s explicitním materiálem. (Hollá, 2016)

Podle S. Van der Hofa a B. J. Koopse (2011 cit. podle Hollá, 2016, s. 50) lze sexting rozdělit ještě podle toho, zda osoba, která sexuálně explicitní materiál poskytuje další osobě, tak je jeho objektem. V tomto případě se jedná o self-sexting. Pod pojmem self-sexting si lze představit situaci, kdy dospívající si posílají vlastní fotografie. Dalším pojmem je peer-sexting. Pro něj je charakteristické posílání obrázků mezi vrstevníky. Posledním pojmem je adult-sexting, jak už ze samotného názvu napovídá, tedy sexting praktikující mezi dospělými v partnerském vztahu.

2.3 Motivace pro realizaci sextingu

Ačkoli je sexting tak rizikovou záležitostí, přesto jej praktikuje velké procentuální zastoupení osob. Lze jej nazvat „rizikovým fenoménem“, který jde ruku v ruce s dospívajícími jedinci a adolescenty. (Szotkowski a Kopecký, 2018)

Důvodů, proč lidé praktikují tuto rizikovou zábavu, je hned celá řada:

Sexting jako součástí partnerského života

Zasílání lechtivého obsahu je většinou využíván v úvodních částech partnerských vztahů. Především jako nástroj upoutávání pozornosti, flirtování, vzrušení apod. Pokud se ale bavíme o vztazích, které jsou již dlouhodobější, tak v takových případech praktikování sextingu může být z důvodu oživení sexuálního života, kdy zasílání lechtivých zpráv a obrázků může přidat nový rozměr do jejich sexuálního prožitku. S tím úzce souvisí chuť experimentovat a zkoušet nové zážitky. (Kopecký a Kožíšek, 2015; Szotkowski a Kopecký, 2018)

Sexting provozují také páry, které mají vztah na dálku, aby mezi nimi stále docházelo k jisté intimitě a spojení. Bývá to jedna z mála možností, jak udržet emocionální blízkost mezi partnery. (Kopecký a Kožíšek, 2015; Szotkowski a Kopecký, 2018)

Sexting jako boj proti nudě

Podle řady výzkumů je pocit nudy jeden z dalších aspektů proč lidé začnou praktikovat sexting. Převážně se jedná o posílání intimních fotografií mezi svými vrstevníky, a to především v prostředí sociálních sítí. (Kopecký a Kožíšek, 2015; Szotkowski a Kopecký, 2018)

Je zde několik důvodů proč lidé praktikují sexting z nudy. Můžeme sem zařadit například hledání vzrušení, kdy formou sextingu může dojít ke snadnému vzrušení a zábavě. S tím úzce souvisí také sexting jako forma výplně času, kdy se může praktikovat s cílem se rozptýlit od nudného prostředí. (Kopecký a Kožíšek, 2015; Szotkowski a Kopecký, 2018)

Sexting v rámci sociálního tlaku

Existuje velké množství případů, kdy se z intimního materiálu stal nástroj útoku. Ze začátku neškodná zábava přerostla v intenzivní vydírání. (Kopecký a Kožíšek, 2015; Szotkowski a Kopecký, 2018)

V řadě případů ze sextingu vzniká tlak v konkrétních skupinách, a to například mezi spolužáky, partnery, kolegy aj. V partnerském životě může být jeden z partnerů přinucen tím druhým k provozování sextingu. To může vést ke dvěma situacím. V prvním případě bude partnerovi nátlak na praktikování sextingu vadit natolik, že vztah utrpí. V druhém případě může dojít k momentu, kdy se ze sextingu stane běžná a normální součást vztahu, kdy je to pro partnery projev vzájemné lásky, důvěry a fyzické přitažlivosti. (Kopecký a Kožíšek, 2015; Szotkowski a Kopecký, 2018)

Sexting jako nástroj pomsty

Ač je tato forma sextingu krajně neetická a nemorální, bohužel na ni můžeme v dnešní společnosti narazit. Častokrát k těmto situacím dochází při pomstě ex-partnerů. Existují například internetové stránky, na které osoby mohou nahrát explicitní materiál. (Kopecký a Kožíšek, 2015; Szotkowski a Kopecký, 2018)

Je důležité mít na paměti, že tato forma sextingu může mít za následek vážné právní důsledky a také negativní dopad na duševní a emocionální zdraví zasaženého člověka. Avšak je zde hned několik způsobů, jak se dá takovou formou sexting zneužít:

- 1. Hrozba sdílení intimního obsahu** – Nejtypičtějším způsobem v této oblasti bývá výhrůžka zveřejnění soukromých nebo intimních fotografií, videí či zpráv. To může na zasaženou osobu mít dopad nepříjemného nátlaku.
- 2. Reálné sdílení soukromého obsahu** – Druhý způsob je tou horší možností, kdy dojde k uskutečnění sdílení soukromého obsahu. Často tato situace nastává po rozchodu či jiném konfliktu. Následkem může být psychická újma, právní přestupky, poškození pověsti a jiné velmi nepříjemné situace.
- 3. Falešné obvinění ze sextingu** – Velmi nepříjemná a závažná situace nastává také v případě falešného obvinění. K tomuto jednoznačně nešťastnému kroku lidé sklouznou jako k nástroji odplaty. Následky jsou velmi obdobné jako v předešlém bodě. (Kopecký a Kožíšek, 2015; Szotkowski a Kopecký, 2018)

Sexting jako nástroj sebe prezentace

Řada odborníků upozorňuje na souvislosti mezi sextingem a jistými požadavky dnešní společnosti. Sexualita je v dnešní době velmi výrazně prezentována prostřednictvím sociálních sítí, reklam a dalších mediálních forem. Velký vliv to má na děti, které od útlého věku vnímají sexuální podkres ve všech výše zmíněných mediálních formách.

To zapříčiňuje, že postupem věku přijde dětem a dospívajícím odhalování jako něco normálního, nevnímají sexting jako něco nebezpečného a rizikového a neprijde jim zvláštní tento model chování napodobovat. (Kopecký a Kožíšek, 2015; Szotkowski a Kopecký, 2018)

Sexting může být také ve formě touhy po pozornosti. Především u dospívajících jedinců, kteří na sebe chtějí upoutat pozornost vytvářením erotického materiálu. (Hollá, 2016)

K určitému druhu sebe prezentace v oblasti sexuálního obsahu je nutné zmínit novodobý trend, kterým je platforma OnlyFans. Jedná se o online platformu, která umožňuje tvůrcům obsahu nabízet placený přístup k jejich obsahu. Tvůrci zde mohou zveřejňovat fotografie, videa, blogy a další obsah. Zásadním důvodem, proč je tato platforma takto oblíbená, je velmi malá až de facto nulová cenzura. (Seznam Zprávy, 2023)

Svůj obsah mohou monetizovat prostřednictvím předplatného na bázi měsíčního poplatku. Výši poplatku si autor nastavuje sám, kdy 80 % výtěžku jde tvůrcům a 20 % jde platformě. Na OnlyFans je nespočet různých tvůrců, kteří díky velmi volným možnostem mohou přidávat, co chtějí. (Patočková, 2020)

OnlyFans funguje na bázi předplatného, které se pohybuje od pěti do padesáti dolarů měsíčně. Prostřednictvím předplatného může uživatel sledovat příspěvky od autora (může se jednat o fotografie, videa, živá vysílání nebo příběhy, které jsou autorem zveřejněny). Naopak daleko zajímavější finanční obnos se naskytá v soukromých zprávách. V soukromých zprávách uživatelé OnlyFans vytváří obsah na přání a vytváří pro konzumenty obsahu speciální ceník. (Tázlerová, 2023)

2.4 Temperament osobnosti a chování na internetu

Když se bavíme o temperamentu osobnosti, bavíme se o takových charakteristikách osobnosti, které jsou vrozené (neboli dědičné) a můžeme u nich identifikovat biologický základ. (Blatný, 2010)

Temperament osobnosti jde definovat také jako dimenze dynamiky psychických pochodů, která ovlivňuje, jak danou situaci člověk prožívá a jaké jsou u něj projevy chování. Temperament také definuje to, jak je člověk citově laděn, jak dokáže jednat v jistých situacích, jaká je intenzita jeho zážitků a další (Malá, 2019)

Dále jde temperament rozlišit podle H. J. Eysencka, jehož formulace temperamentu je bez kognitivní složky (tudíž bez inteligence a mentálních schopností). Podle jeho teorie lze

rozlišit tři základní faktory, a to extraverte-introverze, neuroticismus, psychoticismus. Mezi typické **extravertovo** chování se řadí: družnost, velká skupina přátel, tíhne ke vzrušení a je všeobecně impulzivní. Protipólem je introverze. **Introvertovo** chování jde charakterizovat jako velmi tiché, drží si odstup od velkého okruhu lidí a preferuje být spíše ve společnosti svých nejbližších osob, dále má introvertní člověk rád určitý řád. Dalším pojmem je **neuroticismus**. Pro osobu s vysokým neuroticismem je typické neklidné, úzkostné a podrážděné chování. Takový člověk si dělá zbytečné starosti, trpí méněcenností a v některých případech je jeho chování nedospělé. Jiný termín pro neuroticismus je **labilita**. Posledním pojmem v Eysenckově teorii je **psychoticismus**. Osoba trpící psychoticismem se definuje agresivitou, sobectvím, impulsivitou, necitlivostí, antisociálností, ale také jistým druhem kreativity. Druhým pólem u lability (neuroticismu) je stabilita. (Říčan, 2010)

Následně je důležité vymežit labilitu a stabilitu u člověka. Labilita (neuroticismus) je již výše uvedená a **stabilita** člověka spočívá v klidném, nevzrušivém chování, kdy stabilního člověka jen tak něco nevyvede z rovnováhy. (Frankotová, 2014)

Jung ve svojí teorii vymezuje extroverta, introverta a **ambiverta**, jelikož si všiml, že člověka nejde vymežit pouze na dvou pólech introverze a extroverze. Ambivertní osoba je taková osoba, která může ovládat a míchat to nejlepší z introverze a extroverze. Takový člověk dokáže nejen naslouchat, ale také se nebojí prosadit. Další výhodou ambiverze je schopnost pochopení jak k introvertovi, tak k extrovertovi. (Malá, 2019)

Každý člověk se dá jednoznačně přiřadit k jednomu určitému typu osobnosti. Temperamentní vlastnosti jsou u každého přítomné v různé míře a kombinaci, což může mít za následek pro některé osobnosti, které mají silně vyhrazený temperament, horší zařazení ve společenském životě. Do temperamentu osobnosti se nedá lehce zasahovat, avšak při pevné vůli se dá dojít ke kontrole a následnému ovlivňování temperamentu. (Malá, 2019)

Chování člověka na internetu

Pro dnešní dobu velmi typickou závislostí, která stojí za zmínku, je netolismus. Jedná se o chorobnou závislost na internetu a řadí se mezi tzv. nelátkovou závislost. Člověk je závislý na dodávce nějaké psychoaktivní látky do těla. Závislost je na způsobu chování či nějakému procesu. Tato závislost se vykazuje např. neustálým kontrolováním telefonu a neustálým nutkáním být online. „Drogou“ pro tuto závislost jsou sociální sítě, počítačové hry, internetové služby či pouze neustálá potřeba užívat mobilní telefon. (Státní zdravotní ústav, 2024).

Netolismus se vyskytuje v různých podobách:

- závislost na virtuální sexualitě
- závislost na virtuálních vztazích
- internetové kompulze
- přetížení informacemi
- závislost na zařízeních (mobilní telefon, počítač, aj.) (Státní zdravotní ústav, 2024)

Jak může temperament souviset s chováním na internetu

Temperament osobnosti se jednoznačně odráží při chování na internetu. Je zde hned několik různých způsobů, jak může temperament souviset s chováním na internetu. Jednoznačným vlivem je extroverze či introverze u člověka. Extrovertní jedinec se může na internetu více angažovat do diskusí na internetu, nebo vyhledávat či si užívat pozornost na sociálních sítích. Avšak ne jako náhradu za sociální interakce v reálném životě. Extraverze pozitivně souvisí se sociálním používáním sociálních sítí.

Naopak introvertní jedinec může více preferovat pasivní konzumaci obsahu na internetu. I přes daný stereotyp těchto dvou temperamentů může nastat výjimka, kdy introvertní jedinec není výraznou osobností v reálném světě, ale naopak na sociálních sítích ventiluje a prezentuje sebe samotného. To nemusí být pravidlem – introvertní osoby mohou mít problém i s vystupováním v online světě.

Celkově řečeno – temperament může mít vliv na to, jakým způsobem jedinec komunikuje, interaguje a chová se na internetu. Internet konzumentům poskytuje různé příležitosti a prostředí, které jedince mohou různě ovlivňovat v závislosti na temperamentu. Lze tedy říct, že osobnostní rysy výrazně ovlivňují používání sociálních médií. (Lampropoulos et al., 2022).

II. PRAKTICKÁ ČÁST

3 DOTAZNÍKOVÉ ŠETŘENÍ

Pro výzkumnou část bylo použito dotazníkové šetření, pomocí něhož se zjišťovalo respondentovo postavení k sextingu spolu s jeho temperamentem. Dotazník byl strukturován do několika částí. První část byla věnována základním informacím o respondentech (pohlaví, věk a nejvyšší dosažené vzdělání). Dále se dotazník dělí na dvě části, a to na část zjišťující informace ohledně postavení lidí k sextingu a na část vypovídající o jejich temperamentu osobnosti.

V části dotazníku, která se zabývala informacemi ohledně postavení lidí k sextingu se zjišťovalo, jestli s ním mají nějakou zkušenost a pokud ano, tak jakou formou a s jakou osobou sexting praktikovali. V další části byly dotazy směřovány na to, jak často sexting praktikují, jak dokážou komunikovat o sexuálních tématech a zda někdy slyšeli o kampani či edukativním projektu spojeným se sextingem. Poslední část byla zaměřena pouze na temperament osobnosti, a to pomocí Eysenckova osobnostního dotazníku. Respondenti měli v rychlosti, bez většího přemýšlení odpovídat na 28 otázek, ze kterých vyplynul jejich temperament.

Odpovědi z dotazníku byly analyzovány a hledaly se souvislosti mezi temperamentem osobnosti, základními informacemi a praktikováním sextingu a následně převedeny do grafické podoby.

Dále byly stanoveny hypotézy:

- Hypotéza č. 1: Předpokládá se, že spíše mladí lidé se věnují sextingu.
- Hypotéza č. 2: Předpokládá se, že k sextingu tíhnou spíše introvertnější, případně i labilnější typy osob.
- Hypotéza č. 3: Předpokládá se, že sexting provádějí spíše ženy než muži.

3.1 Struktura dotazníkového šetření

Dotazníkové šetření bylo provedeno pomocí sociálních sítí, kdy byl zveřejněn odkaz na dotazník s cílem získat širší škálu respondentů ze všech zkoumaných věkových skupin. Klíčovými dotazy (PŘÍLOHA P I), které byly zjišťovány, byly:

- Jaké je vaše pohlaví? Informace ohledně pohlaví respondentů.
- Jaký je váš věk? Informace o věku jednotlivých respondentů.

- Jaké je vaše nejvyšší dosažené vzdělání? Informace o nejvyšším dosaženém vzdělání respondenta.
- Jaké je vaše postavení k sextingu? Informace o postavení respondenta k sextingu.
- Jaký je váš temperament osobnosti? Informace o temperamentu osobnosti jednotlivých respondentů pomocí Eysenckova dotazníku.

3.2 Výsledky výzkumu

Na dotazník celkově odpovědělo 219 respondentů, avšak výsledky jsou zpracovány pouze s 217 odpověďmi, jelikož dva respondenti museli být vyřazeni, protože jejich odpovědi byly zavádějící, kdy v odpovědích užívali vulgární výrazy a bylo zřejmé, že dotazník nevyplňovali seriózně.

Získaná data se zpracovávala individuálně dle každé otázky, aby byla připravena k dalším analýzám. Dále se analyzovalo, jaké mají respondenti zkušenosti se sextingem, jak často se mu věnují, s kým jej praktikovali či praktikují, jaké byly důvody pro vyzkoušení sextingu a zda mají nějaké obavy s ním spojené.

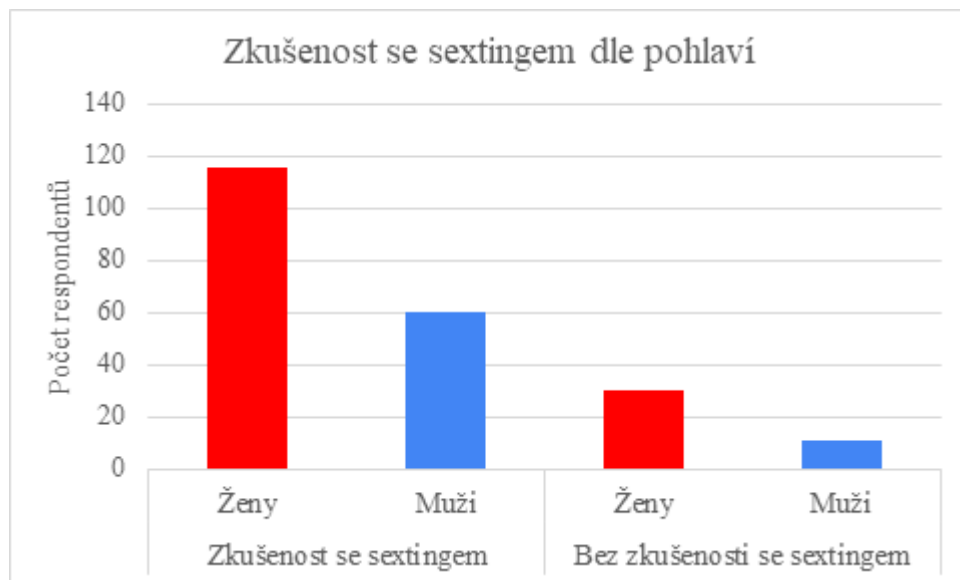
K zjištění temperamentu osobnosti jednotlivých respondentů byl zpracován Eysenckův osobnostní dotazník. Bylo stanoveno devět možných temperamentů, kteří se mohli vyskytnout v dotazníkovém šetření, a to: labilní, stabilní a vyrovnaný ambivert; labilní, stabilní a vyrovnaný introvert a labilní, stabilní a vyrovnaný extrovert. Následně byla použita metoda Pearsonova korelačního koeficientu, pomocí něhož se měří síla a směr vztahu mezi dvěma spojitými proměnnými. V tomto případě temperament se sextingem.

Zastoupení respondentů podle pohlaví a jejich zkušeností se sextingem

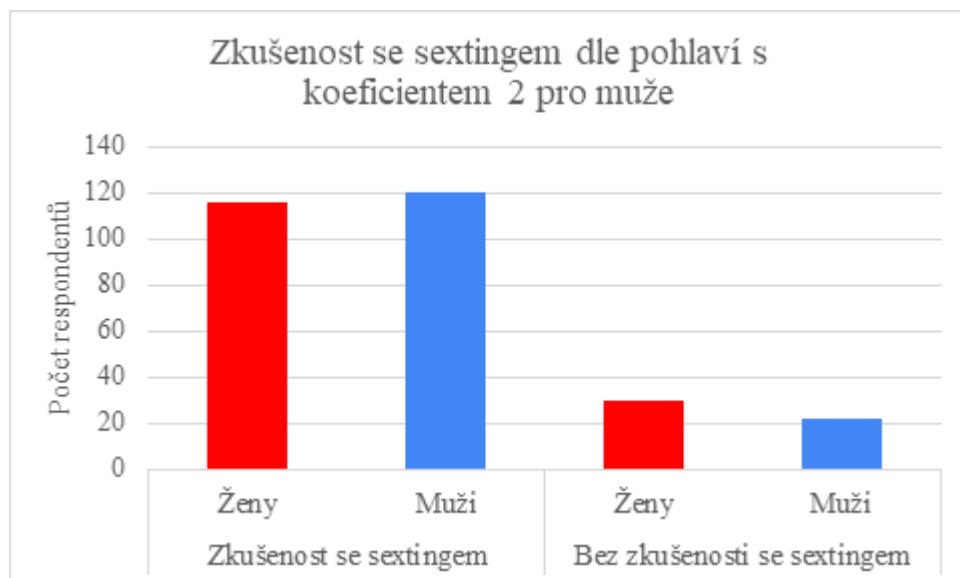
Celkové zastoupení žen tvořilo 67,3 % a celkové zastoupení mužů tvořilo 32,7 %. Z toho ženy, které měly zkušenost se sextingem bylo 53,5 % a muži se zkušeností se sextingem bylo 27,6 %. Ženy, které se sextingem zkušenost neměly bylo 13,8 % a mužů bez zkušenosti pouhých 5,1 % (viz obrázek 1).

Poměr žen a mužů je téměř 2:1. Z toho na první pohled může vyplývat, že ženy mají větší zkušenosti se sextingem, avšak pokud hodnoty vynásobíme koeficientem 2, a to pouze v sekci „zkušenost se sextingem dle pohlaví (viz obrázek 2), dojdeme k závěru, že kdyby v dotazníkovém šetření byl stejný počet žen a mužů se stejnými zkušenostmi, tak zde není žádná převaha, naopak sexting praktikují ženy a muži velmi vyrovnaně. Plyne nám z toho

tedy fakt, že pokud by se zdvojnásobily počty respondentů v každé kategorii (počet mužů a žen) ve vztahu k jejich zkušenostem se sextingem, tak výsledný poměr by pro obě pohlaví zůstal stejný. Jinak řečeno – nezáleží na tom, jestli se jedná o muže či ženy. Závěrem lze říct, že zkušenosti či nulové zkušenosti se sextingem se pro obě pohlaví projevují stejně, pokud jsou pro obě skupiny počty vynásobeny koeficientem 2.



Obrázek 1 - Zkušenost se sextingem dle pohlaví (Vlastní, 2024)



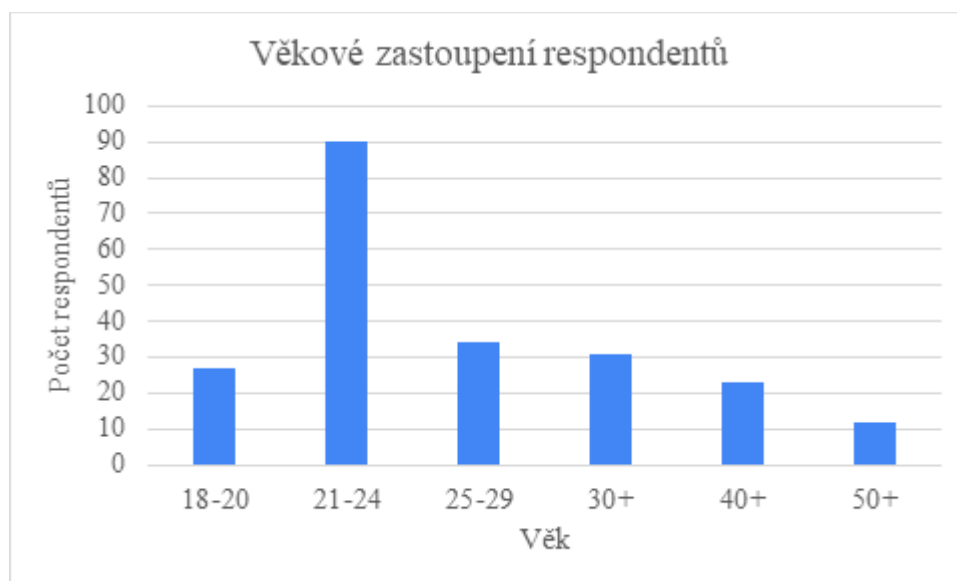
Obrázek 2 - Zkušenost se sextingem dle pohlaví s koeficientem 2 pro muže (Vlastní, 2024)

Věkové zastoupení respondentů

Dotazník byl strukturován pouze pro osoby starší 18 let. Následné podrobnější věkové rozdělení do 30 let bylo zvoleno z toho důvodu, aby se dalo sledovat jaká věková skupina se věnuje sextingu nejvíc. Cílem bylo mít data více kategorizované, a tak zjistit, jestli tam věk hraje nějakou významnou roli. Například věková skupina 18-20 má stejné procentuální zastoupení jako skupina 30+ a 40+, naopak věková skupina 21-24 má největší procentuální zastoupení v provozování sextingu (konkrétní počet bylo 90 respondentů, kteří tvořili 41,5 % výzkumu) a tím můžeme říct, že tato skupina podléhá sextingu daleko více než jiné věkové kategorie.

Druhou nejzastoupenější skupinou byli respondenti ve věku 25-29 let, kterých bylo 34 a v procentuálním zastoupení 15,7 %.

Respondenti ve věkové skupině 18-20 let se podvolují sextingu v 78 % odpovědí, což zastupuje celkově 21 respondentů. Oproti tomu 6 respondentů z této věkové kategorie uvedlo, že sextingu nepodléhají (viz obrázek 3).



Obrázek 3 - Věkové zastoupení respondentů (Vlastní, 2024)

Zkušenost se sextingem

Valná většina respondentů, a to s 81 % zastoupením, uvedla, že mají zkušenost se sextingem. Pouhých 19 % tázaných respondentů s ním zkušenost nemají (viz obrázek 4).

S tímto výsledkem lze dojít k závěru, že tato forma komunikace a sdílení sexuálního materiálu je pro mnoho lidí již běžnou součástí jejich života. Důvody, proč tomu tak je, může

být celá řada. Mezi některé faktory, které na to mohou mít vliv, může být život v uspěchané době, snadná dostupnost mobilních telefonů a sociálních médií či jisté změny ve vnímání sexuality a komunikace s ní spojenou.

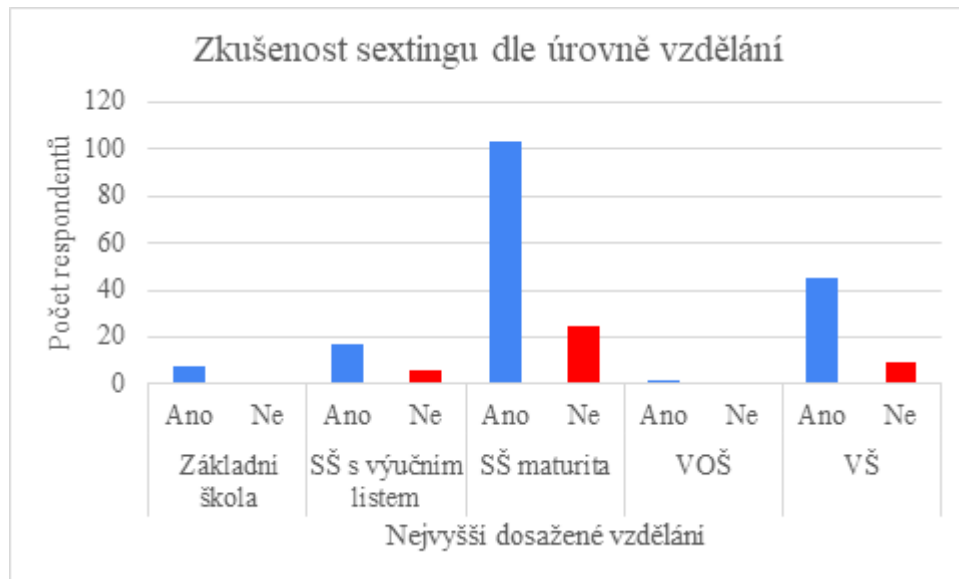


Obrázek 4 - Zkušenost se sextingem (Vlastní, 2024)

Zkušenost sextingu dle úrovně vzdělání

Největší zastoupení respondentů je s vystudovanou střední školou s maturitou. Jejich celkový počet činil 128, kdy v procentuálním zastoupení 59 % tvořili většinu. Z těchto 128 respondentů mělo 103 respondentů (47,5 %) zkušenost se sextingem, naopak 25 respondentů (11,5 %) nikoli (viz obrázek 5).

Tato data naznačují, že může existovat jistá korelace mezi úrovní vzdělání a praktikování sextingu. S vyšší úrovní vzdělání může být spojena vyšší pravděpodobnost praktikování této činnosti. Jistá souvislost může být způsobena přístupem k informacím, společenskými tlaky či jinými faktory, které mají spojitost se vzděláním a životním stylem.



Obrázek 5 - Zkušenost sextingu dle úrovně vzdělání (Vlastní, 2024)

Forma praktikování sextingu

V dotazníkovém šetření měli respondenti na výběr ze tří možností forem praktikování sextingu, a to: zprávy, fotky či videa. Nejzastoupenější formou byly zprávy, následně fotky a na posledním místě videa. Jelikož respondenti měli na výběr více variant, bylo nutné vytvořit kategorie na základě jednotlivých kombinací a přiřadit správný počet respondentů, kdy různé formy praktik inklinuje k vybraným kombinacím a navzájem se propojují.

Nejčastější formou praktikování sextingu jsou zprávy, dále užívání kombinací zprávy a fotky, na třetím místě se umístila „žádná forma užívání sextingu“, čtvrtou nepoužívanější kombinací jsou všechny tři varianty – zprávy, fotky i videa, následně fotky jsou pátou nejzastoupenější variantou výběru, pouze tři respondenti zvolili kombinaci fotek a videí. Na předposledním místě se umístila volba praktikování sextingu pomocí pouze videí a na poslední místě se umístila kombinace zpráv a videí, kterou žádný respondent nezvolil (viz obrázek 6).

Při zamyšlení nad těmito výsledky z dotazníkového šetření můžeme dojít k závěru, že praktikování sextingu pomocí zpráv je nejčastější, a to může souviset s relativní snadností. Dalším důvodem může být i velký prostor pro vyjádření sexuálních představ. Posledním důležitým aspektem může být pocit zachování anonymity, která prostřednictvím zpráv stále je.

Následující velmi zastoupená forma praktikování sextingu pomocí zpráv a fotografií může naznačovat, že mnoho lidí preferuje kombinaci verbálního a vizuálního vyjádření své sexuální stránky.

Zajímavým faktem je relativní neoblíbenost praktikování sextingu pomocí videí. Důvodem může být, že tato forma komunikace může být brána jako náročnější a daleko méně diskrétní. To může být důvodem proč se této formě lidé vyhýbají z důvodu obav ohledně svého soukromí a nechtěným sdílení obsahu.



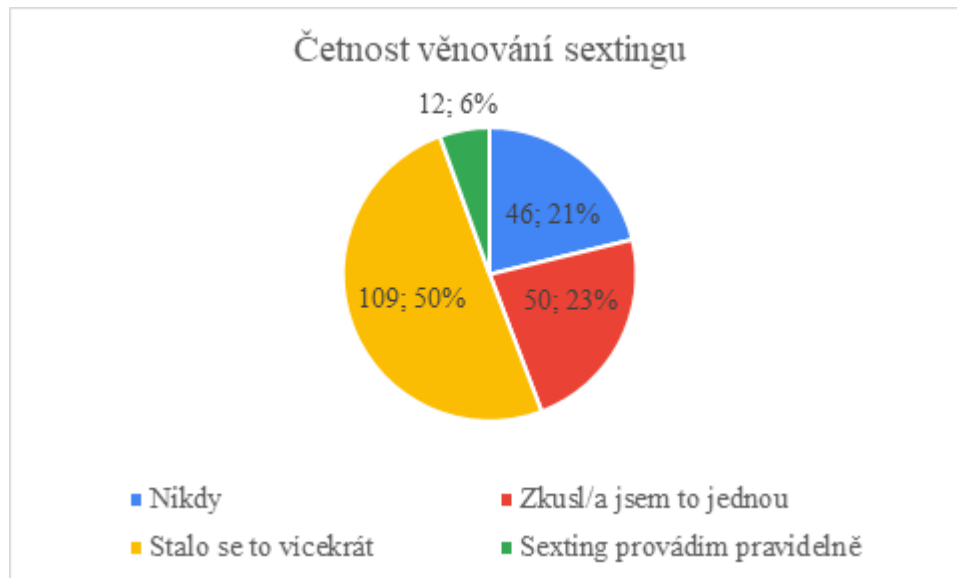
Obrázek 6 - Forma praktikování sextingu (Vlastní, 2024)

Četnost věnování sextingu

Polovina respondentů sexting vyzkoušela vícekrát. Druhou početnou skupinu zastupují lidé, kteří sexting vyzkoušeli pouze jednou. V těsném zástupu jsou potom lidé, kteří sexting nikdy nevyzkoušeli. A pouze 6 % respondentů provádí sexting pravidelně (viz obrázek 7).

Tyto údaje přináší zajímavý pohled na postoj k praktikování sextingu. Polovina respondentů provozovalo sexting opakovaně, což může poukazovat na jistou pravidelnost či zvyklost. Na druhé straně zde stojí druhá početná skupina respondentů, kteří sexting praktikovali pouze jednou, což může naznačovat snahu o experimentování či spontánní rozhodnutí. Dále je zde také skupina respondentů, kteří sexting nikdy nevyzkoušeli. Důvodem může být odmítavý postoj či nulový zájem o tuto činnost. Poslední skupinu tvoří 6 % respondentů, kteří provádí sexting pravidelně.

Z tohoto faktu můžeme usuzovat, že i přesto, že sexting praktikují převážně mladí lidé, tak pro většinu tato činnost přesto zůstává spíše nahodilou činností než součástí jejich každodenního chování.



Obrázek 7 - Četnost věnování sextingu (Vlastní, 2024)

Pokud respondenti praktikovali sexting, tak v následující otázce v dotazníkovém šetření byli tázáni, o jakou osobu se jednalo. Mezi nejčastěji jmenovanými osobami byli partneři, kamarádi, milenci, anonymní osoby, kolegové z práce či osoby jim blízké.

Z celkového počtu 217 respondentů byl vytvořen aritmetický průměr k zjištění, jak moc jsou respondenti schopni mluvit o sexuálních tématech a jak je jim to příjemné či nepříjemné. V dotazníku byla škála kdy 1 – nemám s tím problém, až 5 – je mi to nepříjemné. Aritmetický průměr vyšel jako 2,09 po zaokrouhlení, tudíž respondenti, kteří vyplnili dotazník nemají problém s komunikací o sexuálních tématech. Obecně jde tedy říct, že lidé nemají problém se sdílením sexuálních témat.

Důvod k vyzkoušení sextingu

V dotazníkovém šetření byli respondenti tázáni také na to, z jakého důvodu se rozhodli sexting vyzkoušet. Nejčastější odpovědí bylo zvýšení intimního spojení s partnerem/partnerkou. Tuto odpověď zvolilo 98 respondentů. Mezi další nejčastější odpovědi patřila zvědavost (89 respondentů) a sexuální vzrušení (86 respondentů). Jako další odpovědi respondenti volili pocit nudy jako důvodem k provozování sextingu.

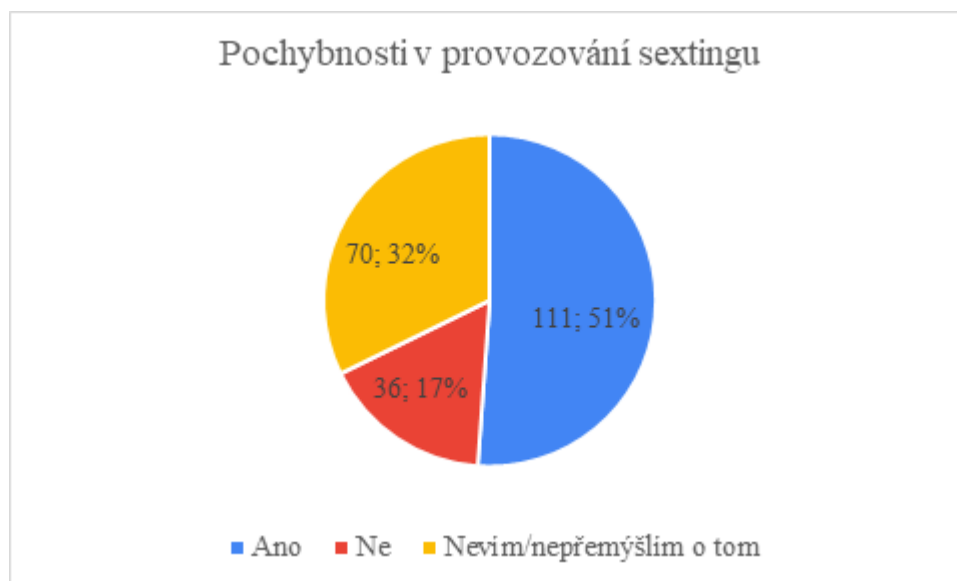
Zazněly zde také odpovědi typu:

- „Provozují sexting z důvodu vztahu na dálku;“
- „Vyplývalo to ze situace;“
- „Snaha více zaujmout protějšek.“

Pochybnosti v provozování sextingu

Více jak polovina respondentů má pochybnosti v souvislosti s provozováním sextingu. Velká část, a to přesněji 32 %, neví nebo vůbec nepřemýšlí nad následky spojenými s provozováním sextingu. Zbýlých 17 % nemá pochybnosti (viz obrázek 8)

Takové zjištění je nejen zajímavé, ale také trochu znepokojivé. Můžeme z tohoto zjištění dojít k zamyšlení, že mnoho osob možná přistupuje k sextingu bez dostatečného uvědomění rizik, které jsou spojené s touto činností.



Obrázek 8 - Pochybnosti v provozování sextingu (Vlastní, 2024)

Sexting jako forma pozitivního ovlivnění vztahu

Respondenti dostali prostor pro zamyšlení, zda si myslí, že sexting může pozitivně či negativně ovlivnit vztah. Vyskytli se zde odpovědi, že sexting může pozitivně ovlivnit vztah, pokud se jedná o vztah na dálku, nebo pokud se jedná o tu pravou osobu. Mezi zajímavé úvahy, které stojí za názorem, že sexting může pozitivně ovlivnit vztah, patřily odpovědi typu:

- „Partneři touto formou o sobě mohou zjistit víc;“

- „Lepší propojení s partnerem, kdy je občas lehčí některé věci napsat než říct,“
- „Je to kreativní způsob, jak ozvláštnit vztah,“
- „Vztah to může posunout na vyšší úroveň a otevřít nové možnosti.“

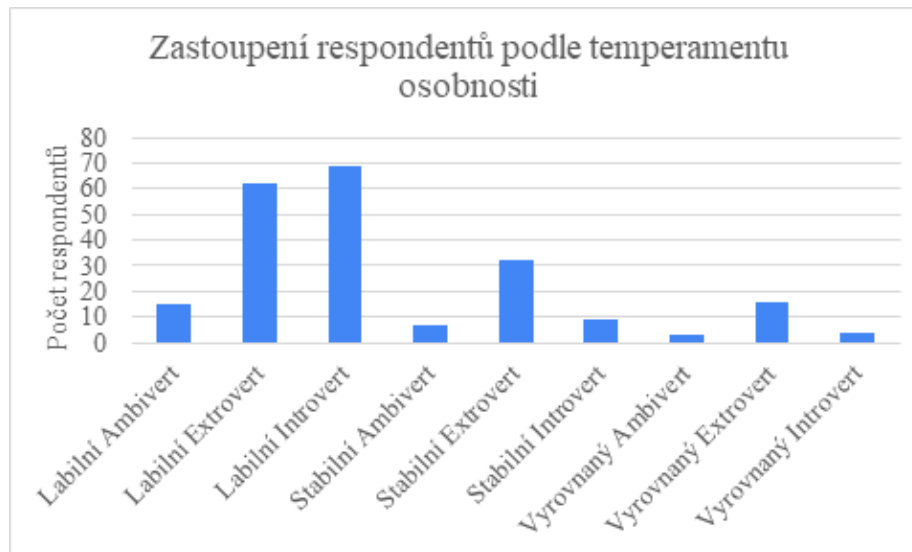
Naopak mezi zajímavé úvahy, kdy si respondenti myslí, že sexting může negativně ovlivnit vztah, patří:

- „Může to vytvořit mylné představy o tom druhém,“
- „Je to moc riskantní za jakékoli situace,“
- „Už tak žijeme chronicky on-line a alespoň intimitu bychom mohli ponechat v realitě,“
- „Pokud se nejedná o partnera, tak to může negativně ovlivnit vztah, jelikož to není na fyzické bázi a provozování sextingu se provozuje v ne příliš bezpečném prostředí.“

Zastoupení respondentů podle temperamentu osobnosti

Respondenty bylo nutné rozdělit do několika kategorií. Nesledujeme totiž jen jejich temperament, ale pomocí Eysenckova dotazníku také zjišťujeme, jestli se jedná o labilní či stabilní jedince. Vzniklo nám tímto 9 možných typů respondentů. Nejméně zastoupenou kategorií jsou vyrovnaní jedinci, konkrétně vyrovnaný ambivert a vyrovnaný introvert. Dále trochu početnější skupinu tvoří stabilní jedinci, a to stabilní ambivert a stabilní introvert. Ještě početnější zastoupení zde tvoří labilní ambivert a vyrovnaný extrovert. Na třetím nejpočetnějším místě se umístil stabilní extrovert. Druhým nejzastoupenějším temperamentem byl labilní extrovert a tím nejzastoupenějším temperamentem byl labilní introvert (viz obrázek 9).

Z tohoto můžeme vyčíst, že k sextingu nejvíce tíhnou labilní introverti, protože to pro ně může být nejpohodlnější forma komunikace. Avšak v těsném závěsu je zde i labilní extrovert. Z toho můžeme vydedukovat, že jistý druh nevyrovnanosti se odráží na vztahu k praktikování sextingu.



Obrázek 9 - Zastoupení respondentů podle temperamentu osobnosti (Vlastní, 2024)

Závislost temperamentu na praktice formy sextingu

Z dotazníkového šetření byly definovány formy sextingu a vyhodnocen temperament na základě Eysenckova osobnostního dotazníku viz kapitoly 3.2.5 a 3.2.11. Ze získaných dat byl proveden výpočet Pearsonova korelačního koeficientu, který si dává za úkol kvantifikovat korelaci mezi formou sextingu a typem temperamentu.

Použitý vzorec pro výpočet Pearsonova koeficientu je dán rovnicí 1 dle Holčíka et al. (2015):

$$r(x, y) = \frac{\sum_{i=1}^n (x_i - \bar{x})(y_i - \bar{y})}{\sqrt{\sum_{i=1}^n (x_i - \bar{x})^2 \sum_{i=1}^n (y_i - \bar{y})^2}} \quad (1)$$

kde:

r [-] Pearsonův korelační koeficient;

x [-] Veličina temperamentu;

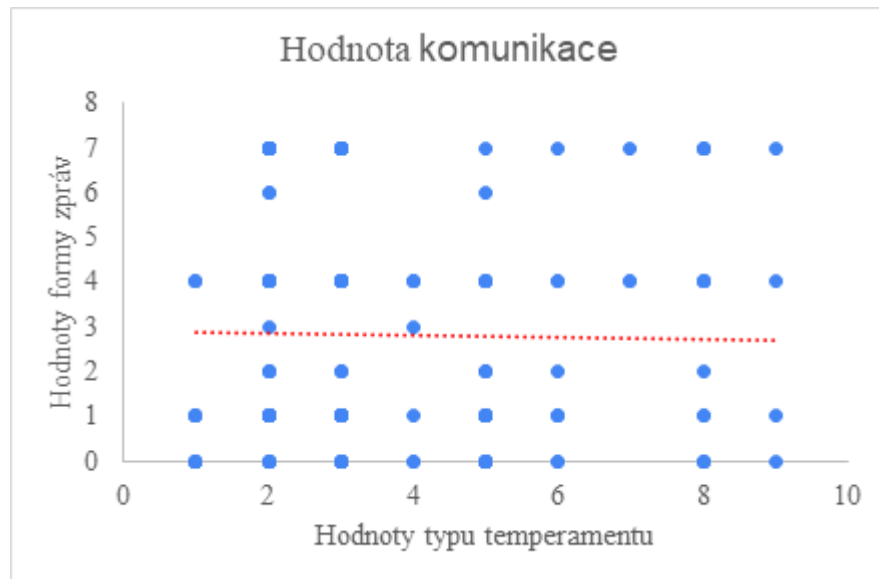
y [-] Veličina formy sextingu.

Podmínkou pro provedení výpočtu je stejný počet číselných hodnot pro obě proměnné.

Tuto podmínku data splňují. Číselné hodnoty byly přidruženy ke konkrétním proměnným, tj. k formě sextingu a získaného temperamentu. Výpočtem byla zjištěna hodnota

$r = -0,02115$, což korelaci popisuje jako velmi slabě negativní. Rozložení veličin

je znázorněno v bodovém obrázku 10.



Obrázek 10 - Hodnota komunikace (Vlastní, 2024)

Pro účel ověření spolehlivosti výsledku Pearsonova korelačního koeficientu byl proveden 95% interval spolehlivosti na bázi Fisherovy Z-transformace. Zjištěný interval spolehlivosti je pak $(-0,135; 0,132)$. Z toho plyne, že s 95% jistotou leží korelační koeficient v tomto rozmezí. Jelikož se uvnitř tohoto intervalu nachází nula, nelze statisticky významně odmítnout nulovou hypotézu, která tvrdí, že mezi proměnnými není žádná korelace. To znamená, že na základě poskytnutých dat neexistují dostatečné důkazy o tom, že existuje statisticky významná lineární korelace mezi formou sextingu a temperamentu. Toto tvrzení podepírá i spojnice trendu znázorněná na obrázku 10, která leží volně v chaoticky rozmístěných bodech.

Informovanost ohledně kampaní či jiných edukativních programů spojených se sextingem

V dotazníkovém šetření dostali respondenti dotaz, zda někdy zaznamenali nějakou kampaň či edukativní program spojeným se sextingem. Drtivá většina respondentů nikdy neslyšela o žádném edukativním programu ani kampani, která by je informovala o možných rizicích, či jakou bezpečnou formou se dá sexting provozovat.

Pouhých 17 % respondentů uvedlo, že někdy již o nějaké kampani či edukativním projektu slyšeli. To vychází z dat obrázku 11. Následně dostali prostor, aby uvedli, o jakou se jednalo. Avšak respondenti nejčastěji uvedli, že si již nepamatují název kampaně či edukativního projektu, anebo že si nepamatují, kde informace slyšeli.

Ve světlých výjimkách se objevovaly kampaně jako například Konsent, film “V síti”, preventivní kampaň od Policie České republiky či kurz od NÚKIB. Dále také respondenti uváděli, že informovanost získali z internetových článků či videí, nebo například zahlédli reklamy v metru na varování na zneužívání či v televizi. A pouze jeden jediný respondent uvedl, že byl edukován ve škole.



Obrázek 11 - Zaznamenání kampaně či jiného edukativního programu v oblasti sextingu (Vlastní, 2024)

Dále respondenti dostali prostor, ve kterém mohli sdělit, co by od takové kampaně či edukativním projektu očekávali. Největší míru zastoupení dostaly tyto odpovědi: chtěli by vědět rizika, která jsou spjatá s provozováním sextingu, jak by se měli či naopak neměli chovat, jaké může být opatření při zneužití zpráv, také jak se v případě zneužití bránit (a to jak soudní, tak mimosoudní cestou). Dále by respondenty zajímalo, proč vlastně lidé praktikují sexting, jaké mohou být plusy či mínusy v jeho praktikování.

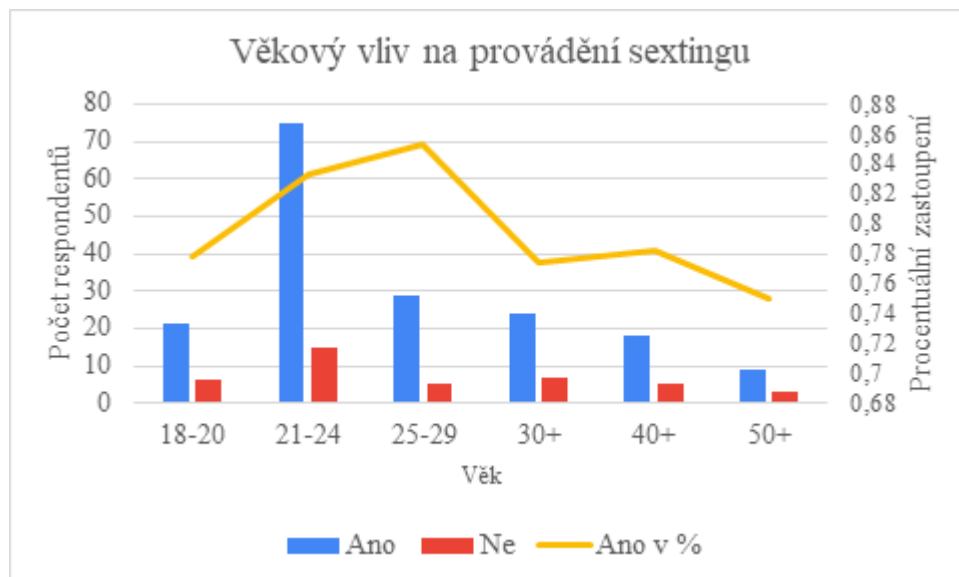
Mnoho respondentů se pozastavovalo také u mladých lidí, kdy by se je nemělo přímo odrazovat od provozování sextingu, protože jej stejně budou praktikovat, ale aby právě lépe věděli, jakou bezpečnou formu zvolit, aby volili anonymitu při posílání zpráv, fotek aj.

4 VERIFIKACE HYPOTÉZ

Tato kapitola se zaměřuje na verifikaci hypotéz, které byly sestaveny pro účely výzkumné části. Na základě vyhodnocení dotazníkového šetření budou následující hypotézy buď potvrzeny či vyvráceny.

H1: Předpokládá se, že spíše mladí lidé se věnují sextingu.

V dotazníkovém šetření se zjišťovalo, zda existuje návaznost na věku a provozování sextingu. Z obrázku 12 lze vyčíst, že návaznost na věk a provozování sextingu není. Sexting praktikují lidé v každém věku. Tudíž hypotézu, že se výhradně mladí lidé věnují sextingu, se podařilo vyvrátit, jelikož není žádný vztah mezi věkem a provozováním sextingu.



Obrázek 12 - Věkový vliv na provádění sextingu (Vlastní, 2024)

H2: Předpokládá se, že k sextingu tíhnou spíše introvertnější, případně i labilnější typy osob.

Pro ověření předpokladu korelace temperamentu s formou sextingu byl zpracován Pearsonův korelační koeficient, jak je znázorněno v podkapitole 3.2.11. Koeficient byl vypočten na hodnotu $-0,02115$, což značí velmi slabou korelaci. Pro ověření správnosti tvrzení byl zpracován interval spolehlivosti. Zjištěný interval spolehlivosti (na úrovni 95 %) nepotvrdil správnost tvrzení a poukázal na nedostatečné důkazy o tom, že by byl výsledek statisticky významný v rámci korelace. Z toho plyne, že žádná korelace mezi formou sextingu a temperamentem není. Tímto tvrzením se hypotéza 2 zamítá.

H3: Předpokládá se, že sexting provádějí spíše ženy než muži.

Na základě dotazníkového šetření lze konstatovat, že v provozování sextingu nezáleží na pohlaví. K tomuto závěru napomohlo vynásobení počtu mužů koeficientem 2, aby byl počet respondentů podobný a dalo se lépe říct, zda pohlaví má vliv na provozování sextingu. Tímto jde dojít k závěru, že obě pohlaví provozuje sexting obdobně. Hypotéza byla tedy vyvrácena.

5 NÁVRHOVÁ ČÁST

Výsledky dotazníkového šetření jsou jednoznačné. Drtivá většina respondentů nikdy neslyšela o žádné kampani či edukativním projektu a v případě, kdy již o nějaké slyšeli, tak si nepamatovali název.

Dotazovaní respondenti dostali také prostor pro vyjádření představy, co by od takové kampaně či edukativního projektu očekávali. Na základě těchto získaných informací šlo sestavit fiktivní kampaň, která by měla napomocť osvětě ohledně této problematiky.

5.1 Název kampaně

Kampaň zaměřená na lepší informovanost ohledně praktikování sextingu si nese název „Bezpečný sexting: Zachovejte vaši digitální intimní bezpečnost“. Tento název vystihuje důležitost tohoto tématu, kdy v dnešní digitální době je stále více a více aktuálnější. Název představuje vše důležité, co se od kampaně očekává – informovanost, prevenci a ochranu v oblasti kybernetického prostoru.

5.2 Informace o kampani

V rámci kampaně „Bezpečný sexting: Zachovejte vaši digitální intimní bezpečnost“ zájemci získají širokou škálu důležitých informací a nabydou užitečných znalostí a lépe porozumí rizikům, která jsou s provozováním sextingu spjata. Mezi nejdůležitější informace, které je nutné, aby byly v kampani zahrnuty patří: rizika spjata se sextingem, jak rizika minimalizovat a jak chránit svou digitální intimní bezpečnost, účastníci se dozví o možnostech prevence a jak identifikovat potenciální nebezpečné situace, v neposlední řadě také reálné příběhy, kdy se zájemci budou moci jednotlivé situace lépe představit a v budoucnu se jim vyvarovat.

Kampaň se nezaměřuje pouze na varování, ale také přináší konkrétní tipy a rady, jak se dá sexting provozovat co nejbezpečnější formou a také se snaží vybudovat dovednosti potřebné pro bezpečné a odpovědné chování na internetu.

5.3 Cílová skupina

Jelikož dotazníkové šetření bylo zaměřeno na osoby starší 18 let, tak i tato kampaň je zamýšlena jako edukace dospělých osob a jiné věkové ohraničení není, avšak v případě, že by se kampaň uskutečnila, by bylo vhodné, aby prevence rizik sextingu byla prezentována i mladší generaci.

5.4 Časové ohraničení

Kampaň jako taková by se konala jednou ročně jako forma osvěty. Probíhala by vždy v krajských městech České republiky a probíhala v období začátku září, jelikož 4.9. je den světového dne sexuálního zdraví, tak při této příležitosti by probíhala osvěta bezpečného užívání sextingu. Samotný program ve městech by probíhal přibližně dvě a půl hodiny a následoval by prostor pro dotazy. V průběhu přednášky by byla možnost krátké pauzy.

Mimo vymezené období by probíhala edukace na webových stránkách a na sociálních sítích za pomoci odborníků a známých tváří. Díky známým osobám, které vystupují na sociálních sítích a nějakým způsobem své vystupování na zaměřují na toto téma, by mohli upoutat větší pozornost a zaujmout tak více lidí napříč generacemi.

V průběhu roku by bylo možné si domluvit přednášku ve svém městě, škole, kulturním domě aj. pro větší počet uchazečů. Přednáška bude uzpůsobena věkové kategorii uchazečů. Rozsah přednášky bude stejný – mohlo by jít o 2,5hodinovou přednášku s týmem odborníků, kdy by byla možnost následné diskuse a pokládání dotazů.

5.5 Tým odborníků

Aby informovanost potenciálních zájemců o kampaň byla co jen nejlepší, je nutný profesionální tým. Každý z týmu by měl být odborníkem na svoji oblast či specializaci. Jeden člen týmu byl psycholog, jehož klíčová role by byla v prezentaci psychologických aspektů sextingu a jeho dopadu na člověka. Dále také poskytování odborných znalostí, poradenství ohledně psychického zdraví lidí v souvislosti s daným tématem. Psychologův důležitý úkol v této kampani je také zvyšování povědomí o psychických rizicích, které mohou nastat s nevhodným praktikováním sextingu.

Další klíčovou osobou, která v této kampani vystupuje, je sexuolog, jehož úkolem je vzdělávat ohledně sexuálních praktik v digitální době, poskytnout informace a poradenství ohledně zdravých sexuálních vztahů a bezpečného praktikování sextingu. Dále také upozornit na rizikové chování při praktikování sextingu a seznámit s prevencí při nezdravém sexuálním chování v online prostředí.

Odborník na kybernetiku by byl další nezbytnou osobou v odborném týmu. Tento člen týmu se zaměří na technické aspekty sextingu a na bezpečnostní hrozby, které jsou spojené s online světem. Dále také jeho náplní je poskytnout informace ohledně kybernetických hrozbách, které jsou spjaté se sdílením intimního obsahu a jaké jsou možnosti ochrany

soukromí. Posledním bodem, kterým se odborník na kybernetickou bezpečnost zabývá, jsou doporučení pro bezpečné chování v kyberprostoru, také účinné používání hesel a zabezpečení soukromých údajů.

V neposlední řadě by byla potřeba administrátor na webu a sociálních sítích, který by se přes celý rok věnoval zájemcům s jejich problémy a předával by tak informace odborně vzdělanému týmu, který by na dotazy uživatelů odpovídal. Zároveň by se staral o správný chod webových stránek a sociálních sítí tak, aby byly stále aktivní a aktuální.

Celý tento tým v konečném výsledku předá zájemcům své odborné znalosti, zkušenosti a také podporu pro jednotlivce. Společně tvoří tým, který zvyšuje povědomí a zlepšuje prevenci rizik, která jsou spjata s touto problematikou.

5.6 Marketing

Pro úspěšnou kampaň je potřeba mít taky správně nastavený marketing. Správný marketing lze mít díky webovým stránkám, sociálním sítím, off-line reklamě, plakátům či billboardům.

Webové stránky

Pro bakalářskou práci zaměřenou na bezpečný sexting je navrhována webová stránka (viz obrázek 13), která by měla představit a podpořit kampaň "Bezpečný sexting: Zachovejte vaši digitální intimní bezpečnost" a poskytnout užitečné informace uživatelům všech věkových kategorií. Úvodní stránka by měla obsahovat výrazný název a logo kampaně, doplněné o dynamický obrázek či ilustraci, které zdůrazní důležitost tématu. Krátký úvodní text by pak měl stručně představit cíle kampaně a její důležitost.

Navigace po stránce by měla být jednoduchá a přehledná s menu umístěným v horní části nabídky. Kategorie jako "O kampani", "Náš přístup", "Návody a tipy", "Podpora" a "Kontakt" tak, aby byly snadno dostupné. Důležité odkazy na sociální sítě jako Facebook a Instagram by měly být taktéž umístěny na každé stránce a výrazně pak na úvodní stránce.

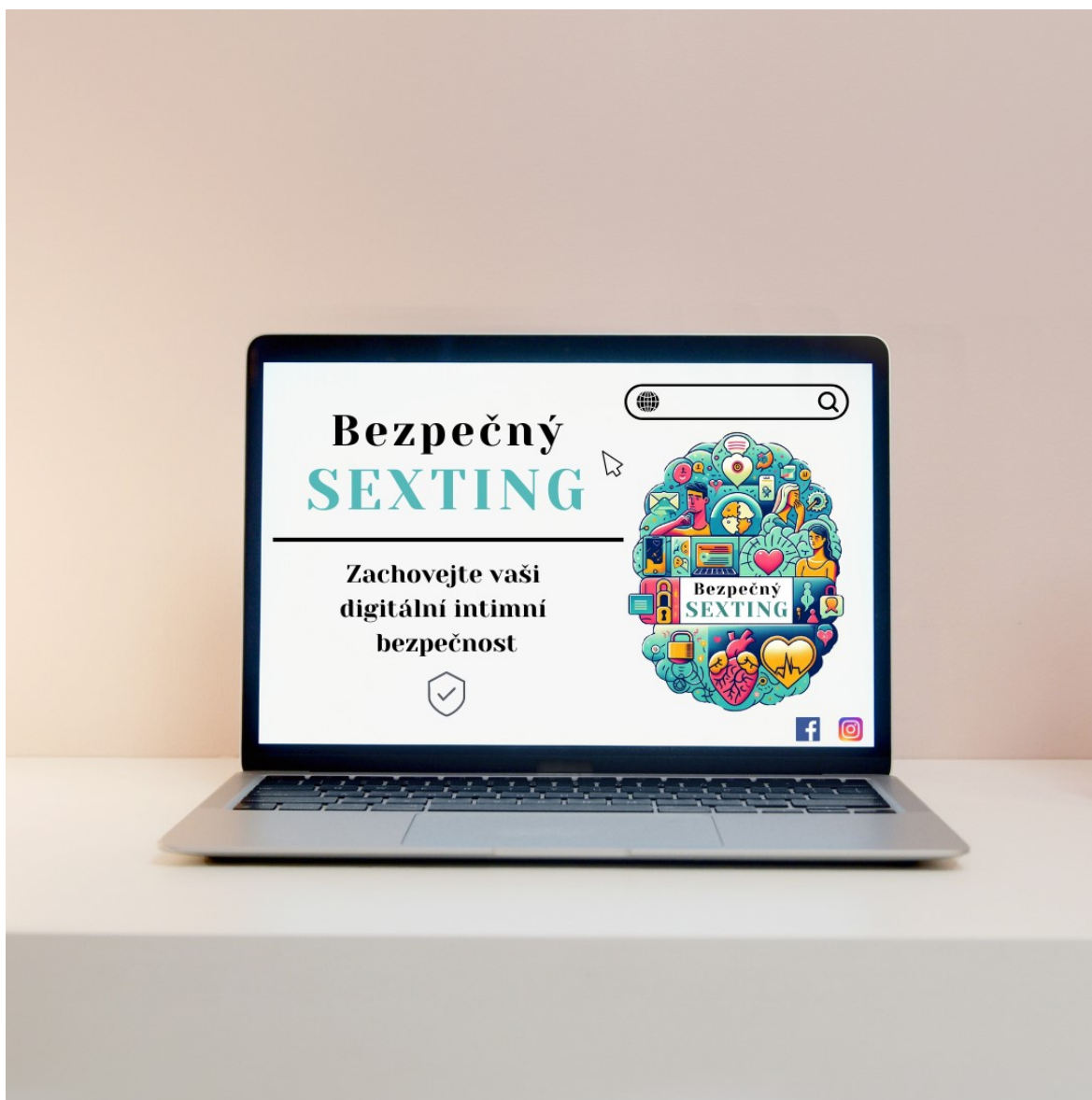
Obsah stránek by měl být rozdělen do několika sekcí. V sekci "O kampani" by mělo být podrobně popsáno poslání a historie kampaně, včetně inspirativních příběhů uživatelů, kteří uplatnili bezpečné praktiky sextingu. Sekce "Náš přístup" se by se zaměřil na zásady a hodnoty kampaně, důraz kladený na souhlas a respekt v rámci sextingu a ochranu osobních údajů.

Sekce "Návody a tipy" by měla obsahovat graficky přitažlivé infografiky nebo videa s praktickými radami a tipy pro bezpečný sexting, spolu s články a blogovými příspěvky,

kteří nabídnou konkrétní scénáře a strategie pro řešení rizikových situací. Sekce "Podpora" by pak měla poskytnout seznam organizací a institucí, které poskytují pomoc a podporu v této oblasti, a kontaktní formulář pro dotazy a individuální pomoc.

V závěrečné sekci "Kontakt" by měli mít uživatelé k dispozici kontaktní údaje pro komunikaci s členy týmu kampaně. Design stránek musí být přehledný, s jasnými barvami a kontrastními prvky pro snadné čtení a navigaci.

Mělo by dojít k propojení se sociálními sítěmi (Facebook, Instagram), aby se zajistilo zvýšení viditelnosti stránek a možnost interakce uživatelů na různých platformách. Celkově by měla webová stránka kampaně "Bezpečný sexting" sloužit jako užitečný zdroj informací a podpory pro ty, kteří se zajímají o bezpečné chování online v oblasti sextingu.



Obrázek 13 – Návrh webových stránek (Vlastní, 2024)

Sociální sítě

Pro rozšíření a podporu kampaně "Bezpečný sexting" na sociální sítě Facebook a Instagram je navrhován komplexní plán obsahu, který by měl za cíl oslovit uživatele všech věkových kategorií a poskytnout jim široké spektrum důležitých informací, tipů a inspirace týkajících se bezpečného sextingu.

Na obou sociálních sítích by byly pravidelně sdíleny graficky přitažlivé příspěvky obsahující důležitá sdělení týkající se souhlasu, respektu a ochrany osobních údajů v kontextu sextingu. (viz obrázek 14). Tyto příspěvky by byly formulovány srozumitelným a atraktivním způsobem, aby oslovily široké publikum a přitáhly pozornost uživatelů.

V rámci obsahu by měly být zahrnuty také motivující citáty a tipy, které mají za cíl podpořit bezpečné chování online. Tipy by měly být zaměřeny na konkrétní praktické aspekty sextingu, jako je například komunikace s partnerem/partnerkou nebo nastavení soukromí na sociálních sítích.

Dalším důležitým prvkem plánu obsahu by byly infografiky a krátká videa, která poskytnou konkrétní návody a tipy pro bezpečný sexting. Tyto materiály by měly být vizuálně atraktivní a informativní, aby oslovily uživatele různých preferencí a věkových skupin.

Součástí kampaně by měly být také inspirativní příběhy uživatelů, kteří uplatnili bezpečné praktiky sextingu. Tyto příběhy by byly sdíleny prostřednictvím textových příspěvků, fotografií nebo videí a sloužily jako povzbuzení pro ostatní uživatele k tomu, aby také přijali zodpovědný přístup k sextingu.

Důležitou součástí plánu obsahu by byla interakce s uživateli prostřednictvím komentářů, otázek a diskuzí. Měly by být také využity hashtags relevantní k tématu kampaně, což by pomohlo zvýšit viditelnost příspěvků a zapojení uživatelů.

V rámci kampaně by měla být také využívána možnost placených reklamních kampaní, které by byly cíleně zaměřeny na uživatele v rizikových skupinách nebo v oblastech s vysokou mírou nebezpečného chování online.

Pro zaujmutí uživatele by měl být použit kreativní text. Jako například:

- "Znáš hranici mezi zábavou a rizikem? My ano. Přidej se k nám a objev, jak můžeš bezpečně a zodpovědně užívat sexting.
- Přidej se k naší kampani a buď součástí změny. #BezpečnýSexting #RespektOnline"

Sociální sítě jsou možnost, jak zaujmout mladé lidi, ale i starší generaci. V případě, že je uživatel na sociálních sítích aktivní, většinu informací již získává zde. Navíc je možnost využít sdílení, komentování, označování atd., tudíž se uživatel cítí jako součást celé kampaně.

Celkově by měl být obsah na sociálních sítích pečlivě navržen tak, aby oslovil cílové skupiny, poskytl jim užitečné informace a podpořil dialog o důležitosti bezpečného sextingu v online prostředí.



Obrázek 14 – Návrh Instagramového profilu kampaně (Vlastní, 2024)

Off-line reklama

Dalším marketingovým tahem, který by podpořil kampaň „Bezpečný sexting“, by mohly být placené reklamy. Tato placená reklama by mohla být součástí sociálních sítí, které byly zmíněny výše. Neméně důležité by však měly být off-line reklamy jako kanály komunikace, mezi něž můžeme zařadit – tištěné materiály, venkovní reklamy, billboardy. Volba off-line reklamy nabízí spoustu výhod.

V rámci off-line reklamy můžeme dosáhnout na širší publikum, například ty, kteří na internetu nejsou aktivními. Zvyšuje se tak pravděpodobnost, že se o kampani dozví více lidí. Další výhodou může být lokální cílení reklamy, jelikož off-line reklamu můžeme umístit na dané místo, které je pro nás prioritní. Reklama tak dokáže oslovit konkrétní komunity či skupiny lidí, kteří by mohli být teoreticky vystaveni rizikovému chování na internetu. Jako další pozitivum hodnotím dlouhodobější trvání reklamy, jelikož na sociálních sítích příspěvek za chvíli zmizí, na billboardu jej lidé vidí každý den, tudíž v nich vyvolává pocit důvěry a tradice.

Konkrétními kroky v rámci off-line reklamy by mohly být následující:

- Plakáty a billboardy
- Spolupráce s školami
- Účast na veřejných akcích
- Inzerce v novinách a časopisech

Plakáty a billboardy

Vytvoření vizuálně atraktivních plakátů a billboardů s výrazným a jasným sdělením o důležitosti bezpečného sextingu by mohlo výrazně zvýšit povědomí o kampani. Plakát je potřeba však umístit na strategická místa jako jsou školní chodby, veřejná místa – parky, nebo například vlakové či autobusové zastávky. Následující návrh byl vytvořen pomocí umělé inteligence (viz obrázek 15).

Bezpečný sexting je možný. Přidej se k naší komunitě a nauč se, jak chránit svoje soukromí a respektovat souhlas online.



Společně můžeme vytvořit bezpečnější prostředí pro všechny. Přidej se k nám dnes.

Obrázek 15 – Plakát ke kampani (Převzato a upraveno z: [Plakátová kampaň Sexting Bezpečně], 2024)

Reklama prostřednictvím škol

Reklama prostřednictvím škol by mohla obsahovat dohodu o vyvěšení tištěných materiálů kampaně, ale také možnost uspořádání workshopu či přednášky pro studenty, ale i pedagogy dané školy.

Účast na veřejných akcích

Účast na různých událostech, festivalech, či veletrzích by mohlo podpořit vědomí o samotné kampani „Bezpečný sexting“. Na těchto událostech by byly distribuovány tištěné materiály a také informace o kampani. Součástí by však mohli být i odborníci, kteří by byli schopni na místě poskytnout podporu či poradenství.

Inzerce v novinách a časopisech

Umístění informace o kampani do tištěných novin či časopisů by mohla podpořit povědomí o problematice sextingu, ale také o kampani. Tento způsob je ideálním komunikačním kanálem pro starší věkovou kategorii, kterou by chtěla kampaň taktéž zaujmout. Časopisy by měly být osloveny takové, aby celková tematika zapadala do problematiky kampaně.

5.7 Spolupráce

Spolupráce by probíhala se známými tvářemi (influencery), kteří se zaměřují na svých sociálních sítích na tuto problematiku. Vzájemná spolupráce by mohla přinést lepší propagaci a lepší povědomí pro více osob.

Dále by byla navázána spolupráce se školami, které by jevíly zájem o lepší edukaci svých studentů a pedagogů.

V neposlední řadě by spolupráce probíhala s neziskovými organizacemi, které by v úzkém vztahu s danými městy mohli napomoci lepším dosahům a informovanosti o následující přednášce. Také by v průběhu roku by se nezisková organizace mohla propojit s městem a domluvit přednášku pro skupinu lidí.

5.8 Finanční plán

Finanční plán pro kampaň „Bezpečný sexting: Zachovejte vaši digitální intimní bezpečnost“ by měl zahrnovat několik klíčových oblastí, do které lze zařadit například rozpočet na odborný tým, marketingové aktivity nebo další náklady. Jedná se o hrubou představu,

jelikož náklady by se odrážely od přednášených akcí a dalších okolností. Následná vizualizace finančního rozpočtu je zpracována na rok.

Odborný tým

Mezi očekávané náklady pro psychologa, sexuologa a odborníka na kybernetiku lze zařadit náklady na plat, cestovní náklady a případné benefity. Rozdílné náklady připadají na administrátora na webových stránkách. Zde lze odhadnout měsíční náklady, do kterých spadá udržení webových stránek a odpovídání na dotazy.

Náklady pro psychologa, sexuologa a odborníka na kybernetiku by byly stejné z toho důvodu, že u nich se by se jednalo o příležitostné přednášky. Na rozdíl od administrátora na webových stránkách, který by přes celý rok odpovídal a komunikoval s lidmi, kteří potřebují pomoc.

- Psycholog
 - Odhadované náklady: 100 000 Kč/rok
- Sexuolog
 - Odhadované náklady: 100 000 Kč/rok
- Odborník na kybernetiku:
 - Odhadované náklady: 100 000 Kč/rok
- Administrátor na webových stránkách
 - Odhadované náklady: 120 000 Kč/rok

Celkové náklady na odborný tým: **420 000 Kč/rok**

Marketing

Náklady na marketing by zahrnovaly poutavé letáky, se kterými jsou spojené náklady na design, tisk a umístění na veřejných místech. Mezi další náklady by spadala spolupráce s influencery, kdy by se jednalo o honorář za propagaci kampaně na jejich sociálních sítích. A také spolupráce se školami a neziskovými organizacemi, kdy v tomto případě by se jednalo o nulové částky. Sociální sítě a online platformy jsou dalšími možnými náklady, do kterých spadá správa Facebooku a Instagramu, náklady na obsah, reklamy a další aktivity na sociálních sítích.

- Letáky
 - Odhadované náklady: 50 000 Kč/rok
- Spolupráce s influencery
 - Odhadované náklady: 80 000 Kč/rok
- Spolupráce se školami
 - Odhadované náklady: 0 Kč/rok
- Spolupráce s neziskovými organizacemi
 - Odhadované náklady: 0 Kč/rok
- Sociální sítě a online platformy
 - Odhadované náklady: 80 000 Kč/rok

Celkové náklady na marketing: **210 000 Kč/rok**

Další náklady

Pod další náklady by šlo zařadit případné náklady na pronájem, ve kterých by se přednášky konaly, nebo náklady na materiály a technické vybavení. V tomto případě by se jednalo o velmi pohyblivou částku, protože během roku a provozu kampaně by se mohlo vyskytnout mnoho neplánovaných nákladů.

Pronájem prostorů

- Odhadované náklady: 50 000 Kč/rok

Materiály a technické vybavení

- Odhadované náklady: 30 000 Kč/rok

Celkové náklady na další náklady spojené s kampaní: **80 000 Kč/rok**

CELKOVÝ ODHADOVANÝ ROČNÍ ROZPOČET

Odborný tým: 420 000 Kč

Marketing: 210 000 Kč

Další náklady: 80 000 Kč

Celkový roční rozpočet: 710 000 Kč

ZÁVĚR

Cílem této bakalářské práce bylo obeznámit čtenáře ohledně problematiky spjatou s kyberprostorem a dnešním velmi častým fenoménem – sextingem. Dalším cílem bylo najít vztah pomocí korelací mezi temperamentem osobnosti a provozováním sextingu.

V teoretické části byla rozebrána kybernetická bezpečnost, nastíněny právní normy a legislativa spjatá s touto oblastí a podrobněji rozebrána bezpečnost na internetu, která bývá nedostatečná ze strany uživatelů. Z toho důvodu zde byla nastíněna prevence pro uživatele. Bylo důležité nastínit pro čtenáře rizikové chování na internetu, mezi které se řadí mimo jiné kyberšikana, kyberstalking, kybergrooming a sexting. Následně byl sexting rozebrán podrobněji v samostatné kapitole. Byla zde interpretována motivace pro realizaci sextingu a jaký má vliv temperament osobnosti s chováním na internetu.

V praktické části byl zhotoven dotazník, který se dělil na tři části. První část byla zaměřena na základní informace o respondentech (pohlaví, věk, nejvyšší dosažené vzdělání), druhá část byla věnována sextingu, kdy respondenti uváděli informace o jejich postavení k praktikování sextingu. První část byla kritická pro posouzení vybraných hypotéz, jelikož zahrnovala část dat, dle kterých byly hypotézy vyhodnocovány. Druhá část zaštiťovala pohled na sexting a sloužila jako vstupní data pro formu sextingu. Poslední část dotazníku pojednávala o temperamentu respondentů, který byl vyhodnocen pomocí Eysenckova osobnostního dotazníku. Společně s druhou a třetí částí data tvořila celek, díky němuž mohl být realizován Pearsonův korelační koeficient. Výsledkem tohoto koeficientu pak bylo znázornění velmi slabé korelace mezi typem temperamentu a formou sextingu. Skrze Fisherovu Z transformaci byl výsledek korelace ověřen, a došlo se k závěru, že neexistují dostatečné důkazy o statisticky významné lineární korelaci mezi formou sextingu a temperamentu.

Všechny tři hypotézy, které byly stanovené v praktické části, byly vyvráceny nejen na základě získaných dat od respondentů, ale také zjištěním skrze Pearsonův korelační koeficient.

Na základě informací od respondentů z dotazníkového šetření se v návrhové části zrealizovala fiktivní kampaň, která má být osvětou pro praktikování bezpečného sextingu. Kampaň byla postavena na informacích od respondentů, kdy drtivá většina z nich uvedla, že nikdy o žádné kampani či edukativním projektu neslyšeli.

SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY

[Plakátová kampaň Sexting Bezpečně], 2024. Online. In: ChatGPT. February 13 version. Dostupné z: Open AI, <https://chat.openai.com/share/423e2ab0-36b9-4249-a4df-c62d066eea22>. [cit. 2024-04-22]

ABDULWASIU, Jimoh, 2023. Firewall. Online. *Researchgate*. Dostupné z: https://www.researchgate.net/publication/358595272_Firewall [cit. 2024-04-06]

Antivirové programy, 2024. Online. Slunečnice. Dostupné z: <https://www.slunecnice.cz/sprava-a-zabezpeceni-pocitace/antiviry-a-antispware/antiviry/>. [cit. 2024-04-24].

BLATNÝ, Marek, 2010. *Psychologie osobnosti: Hlavní témata, současné přístupy*. Grada. ISBN 978-80-247-3434-7. Dostupné také z: <https://www.bookport.cz/AccountSaml/SignIn/?idp=https://shibboleth.utb.cz/idp/shibboleth&returnUrl=/kniha/psychologie-osobnosti-530/>

BORSKÁ, Martina, 2015. *Problematika rizikového chování na internetu z pohledu dospívajících*. Online. Bakalářská práce. Zlín: Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně, Fakulta humanitních studií. Dostupné z: <https://theses.cz/id/3hew1d/>. [cit. 2024-04-11]

CIMMEROVÁ, Tereza, 2020. *Sexting jako forma online rizikového chování z pohledu mládeže*. Online, Bakalářská práce. Hradec Králové: Univerzita Hradec Králové, Pedagogická fakulta. Dostupné z: <https://theses.cz/id/0anou8/STAG92580.pdf>.

CLIMER, Sobhan, 2019. *5 Most Common Cybersecurity Mistakes Companies Make*. Online. In: Mindsight. Dostupné z: <https://gomindsight.com/insights/blog/5-most-common-cybersecurity-mistakes/>. [cit. 2024-04-03].

ČESKO, 2014. Zákon č. 181/2014 Sb., Zákon o kybernetické bezpečnosti a o změně souvisejících zákonů (zákon o kybernetické bezpečnosti). Online. In: *Zákony pro lidi*. AION CS, ©2010–2024. Dostupné z: <https://www.zakonyprolidi.cz/cs/2014-181> [cit. 2024-04-26].

ČESKO, 2018. Vyhláška č. 82/2018 Sb., Vyhláška o bezpečnostních opatřeních, kybernetických bezpečnostních incidentech, reaktivních opatřeních, náležitostech podání v oblasti kybernetické bezpečnosti a likvidaci dat (vyhláška o kybernetické bezpečnosti). Online. In: *Zákony pro lidi*. AION CS, ©2010–2024. Dostupné z: <https://www.zakonyprolidi.cz/cs/2018-82>. [cit. 2024-03-24].

DVOŘÁKOVÁ, Emma, 2020. *Kybernetická bezpečnost se zaměřením na dospívající mládež*. Online. Bakalářská práce. Praha: AMBIS vysoká škola. Dostupné také z: <https://is.ambis.cz/th/f61tu/Bakalarska-prace-Dvorakova-Emma-2020.pdf>. [cit. 2024-04-11]

FRANKOTOVÁ, Klára, 2014. *Typ osobnosti a hodnotová orientace u amerických a českých studentů vysokých škol*. Online. Diplomová práce. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, Filozofická fakulta. Dostupné z: <https://theses.cz/id/tf41d7/>. [cit. 2024-04-09]

GLAMOSLIJA, Katarina, 2024. *10 top antivirových softwarů 2024: Windows, Android, iOS, Mac*. Online. Safety Detectives. Dostupné z: <https://cs.safetydetectives.com/>. cit. 2024-04-28].

HOLAKOVSKÝ, Jiří, 2022. *Kybernetická bezpečnost v České republice*. Online. Bakalářská práce, vedoucí Michaela Henzlová. Praha: AMBIS vysoká škola. Dostupné také z: https://is.ambis.cz/th/auw08/Bakalarska_prace_-_Jiri_Holakovsky_.pdf. [cit. 2024-04-11]

HOLČÍK, Jiří; KOMENDA, Martin (eds.) a kol, 2015. *Matematická biologie: e-learningová učebnice*. Online. 1. vydání. Brno: Masarykova univerzita. ISBN 978-80-210-8095-9. Dostupné z: <https://portal.matematickabiologie.cz>. [cit. 2024-04-20].

HOLLÁ, Katarína, 2016. *Sexting a kyberšikana*. Online. [Univerzita Konstant'na Filozofa v Nitre]: IRIS. ISBN 978-80-8153-061-6. Dostupné z: https://www.researchgate.net/publication/315640783_Sexting_a_kybersikana. [cit. 2024-04-03].

KOJZAROVÁ, Markéta, 2022. *Sexting jako riziková forma chování vysokoškolských studentů*. Online. Diplomová práce. Hradec Králové: Univerzita Hradec Králové, Pedagogická fakulta. Dostupné také z: <https://theses.cz/id/12lto9/STAG97526.pdf>. [cit. 2024-04-11]

KOLOUCH, Jan, 2016. *CyberCrime*. Praha: CZ.NIC. ISBN 978-80-88168-15-7.

KOPECKÝ, Kamil a SZOTKOWSKI, René, 2017. *Sexting a rizikové seznamování českých dětí v kyberprostoru: výzkumná zpráva*. Online. [Olomouc]: Univerzita Palackého v Olomouci. Dostupné z: <https://www.e-bezpeci.cz/index.php/ke-stazeni/vyzkumne-zpravy/96-sexting-a-rizikove-seznamovani-2017/file>. [cit. 2024-04-28].

- KOPECKÝ, Kamil and KOŽÍŠEK, Martin, 2015. *Fenomén sexting v teorii a praxi*. Online. JOUR. Roč. 1, č. 25, s. 1-6. Dostupné z: https://www.researchgate.net/profile/Kamil-Kopecky/publication/273146060_Fenomen_sexting_v_teorii_a_praxi/links/55251c0d0cf22e181e73dad0/Fenomen-sexting-v-teorii-a-praxi.pdf. [cit. 2024-04-17]
- KOŽÍŠEK, Martin a PÍSECKÝ, Václav, 2016. *Bezpečně na internetu: průvodce chováním ve světě online*. Online. Grada Publishing a.s. ISBN 978-80-247-5595-3. Dostupné také z: <https://www.bookport.cz/e-kniha/bezpecne-na-internetu-1726834/>. [cit. 2024-03-12]
- LAMPROPOULOS, Georgios; ANASTASIADIS, Theofylaktos; SIAKAS, Kerstin a SIAKAS, Errikos, 2022. The Impact of Personality Traits on Social Media Use and Engagement: An Overview. Online. *International Journal on Social and Education Sciences*. Roč. 4, č. 1, s. 34-51. Dostupné z: <https://doi.org/https://doi.org/10.46328/ijonses.264>. [cit. 2024-04-28].
- MAGHSOUDLOU, Aniss; VERMEULEN, Lukas; POESE, Ingmar a GASSER, Oliver, 2023. Characterizing the VPN Ecosystem in the Wild. Online. *Proceedings of the Passive and Active Measurement Conference*. Roč. 23. Dostupné z: <https://doi.org/10.48550/arxiv.2302.06566>. [cit. 2024-04-19].
- MALÁ, Daniela, 2019. Typologie osobnosti a sociální práce. Online, Bakalářská práce. České Budějovice: Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích. Dostupné z: <https://theses.cz/id/fam257/29899637>. [cit. 2024-04-02].
- MICHALKOVÁ, Kristýna, 2022. *Kyberbezpečnost – rizika komunikace na síti*. Online. Bakalářská práce. Praha: České vysoké učení technické v Praze, Masarykův ústav vyšších studií. Dostupné z: https://dspace.cvut.cz/bitstream/handle/10467/101421/MU-BP-2022-Michalkova-Kristyna-BP_2022_Michalkova_Kristyna.pdf. [cit. 2024-03-29].
- PATOČKOVÁ, Jana, 2020. *ONLYFans: I explicitní obsah je práce. Jak funguje a kdo ho v Česku tvoří?* Online. In: Heroine. Dostupné z: <https://www.heroine.cz/komentare/3553-onlyfans-i-explicitni-obsah-je-prace-jak-funguje-a-kdo-ho-v-cesku-tvori>. [cit. 2024-04-01].
- Průzkum ESET, 2022. Online. ESET. Dostupné z: <https://www.eset.com/cz/o-nas/pro-novinare/tiskove-zpravy/pruzkum-eset-kazdy-sedmy-nezletily-a-tretina-dospelych-sdili-intimni-fotky-a-vidoa-riziko-zneuziti/>. [cit. 2024-04-17]
- ŘÍČAN, Pavel, 2010. *Psychologie osobnosti: Obor v pohybu, 6., revidované a doplněné vydání*. Grada. ISBN 978-80-247-3133-9. Dostupné také

z: <https://www.bookport.cz/AccountSaml/SignIn/?idp=https://shibboleth.utb.cz/idp/shibboleth&returnUrl=/kniha/psychologie-osobnosti-1873/>

Seznam Zprávy, 2023. Online. *Počet uživatelů OnlyFans roste*. Dostupné z: <https://www.seznamzpravy.cz/clanek/ekonomika-finance-pocet-uzivatelu-onlyfans-roste-vetsinovy-vlastnik-si-vyplatil-miliardy-235954?noredirect=1>.

SOUKUPOVÁ, Anna, 2023. *Dotazník*. Elektronická pošta. Message to: a_kochankova@utb.cz. 19. října 2023 9:39. Osobní komunikace. Dostupné z: https://utbcz-my.sharepoint.com/:u:/g/personal/a_kochankova_utb_cz/ESGleccSKX5GjLDpdFvIcooBVpoGOW86AMInxXsYmPle8g?e=hDjL1k

STÁTNÍ ZDRAVOTNÍ ÚSTAV, 2024. *Netolismus: závislost na tzv. virtuálních drogách*. Online. In: Národní zdravotnický informační portál. Praha: Ministerstvo zdravotnictví ČR a Ústav zdravotnických informací a statistiky ČR. ISSN 2695-0340. Dostupné z: <https://www.nzip.cz/clanek/259-netolismus>. [cit. 2024-04-16].

SUNTE, Jitendra a NELLUR, Guruprasad, 2023. The Basic Encounter to Malwares from Antivirus in Digital Era. Online. *Journal of Network Security and Data Mining*. Roč. 7, č. 1, s. 47-49. Dostupné z: <https://doi.org/https://doi.org/10.5281/zenodo.10199604>. [cit. 2024-04-11].

SZOTKOWSKI, René and KOPECKÝ, Kamil, 2018. *E-Bezpečí – Sexting jako riziková forma komunikace*. Online. Studijní text k projektu. Olomouc: Univerzita Palackého. Dostupné z: https://www.pdf.upol.cz/fileadmin/userdata/PdF/VaV/2018/odborne_seminare/E-Bezpeci_-_Sexting_jako_rizikova_forma_komunikace.pdf. [cit. 2024-04-17]

TÁZLEROVÁ, Veronika, 2023. *Fenomén OnlyFans: Platforma, kde se dají vydělat miliony dolarů*. Online. In: Seznam Médium. Dostupné z: <https://medium.seznam.cz/clanek/veronika-tazlerova-chcete-vydelavat-stovky-tisic-mesicne-zalozte-si-onlyfans-10315>. [cit. 2024-04-28].

VPN Software List, 2024. Online. SaaSwothy. Dostupné z: <https://www.saaswothy.com/list/vpn-software>. [cit. 2024-04-24].

SEZNAM POUŽITÝCH SYMBOLŮ A ZKRATEK

Aj. A jiné

Apod. A podobně

Např. Například

Tzv. Takzvaně

VPN Virtual Private Network

SEZNAM OBRÁZKŮ

Obrázek 1 - Zkušenost se sextingem dle pohlaví (Vlastní, 2024)	30
Obrázek 2 - Zkušenost se sextingem dle pohlaví s koeficientem 2 pro muže (Vlastní, 2024)	30
Obrázek 3 - Věkové zastoupení respondentů (Vlastní, 2024)	31
Obrázek 4 - Zkušenost se sextingem (Vlastní, 2024)	32
Obrázek 5 - Zkušenost sextingu dle úrovně vzdělání (Vlastní, 2024).....	33
Obrázek 6 - Forma praktikování sextingu (Vlastní, 2024)	34
Obrázek 7 - Četnost věnování sextingu (Vlastní, 2024).....	35
Obrázek 8 - Pochybnosti v provozování sextingu (Vlastní, 2024).....	36
Obrázek 9 - Zastoupení respondentů podle temperamentu osobnosti (Vlastní, 2024).....	38
Obrázek 10 - Hodnota komunikace (Vlastní, 2024)	39
Obrázek 11 - Zaznamenání kampaně či jiného edukativního programu v oblasti sextingu (Vlastní, 2024)	40
Obrázek 12 - Věkový vliv na provádění sextingu (Vlastní, 2024)	41
Obrázek 13 – Návrh webových stránek (Vlastní, 2024).....	46
Obrázek 14 – Návrh Instagramového profilu kampaně (Vlastní, 2024).....	48
Obrázek 15 – Plakát ke kampani (Převzato a upraveno z: [Plakátová kampaň Sexting Bezpečně], 2024)	50

SEZNAM TABULEK

Tabulka 1 – Třicet nejpoužívanějších hesel (Data převzata z: Safety Detectives, ©2024). 12

SEZNAM PŘÍLOH

Příloha P I: Dotazník

PŘÍLOHA P I: DOTAZNÍK

25.04.24 22:06

Souvislost mezi sextingem a temperamentem osobnosti

Souvislost mezi sextingem a temperamentem osobnosti

Vážení respondenti,

děkuji, že jste si našli čas na účast v mém výzkumu. Tento dotazník slouží jako podklad pro mou bakalářskou práci. Dotazník je anonymní, zaměřený na osoby starší 18 let a slouží k lepšímu porozumění postojů a chování v souvislosti se sextingem a rysy osobnosti. Kdykoli v průběhu z něj můžete odstoupit. Vyplnění Vám zabere přibližně 10 minut.

Pro případné dotazy či nejasnosti mě neváhejte kontaktovat na adrese a_kochankova@utb.cz.

Děkuji za Váš čas!

Aneta Kochánková

Studentka Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně

** Označuje povinnou otázku.*

Základní informace

1. Zvolte pohlaví: *

Označte jen jednu elipsu.

Žena

Muž

2. Jaký je Váš věk? *

Označte jen jednu elipsu.

18-20

21-24

25-29

30+

40+

50+

3. Zvolte Vaše nejvyšší dosažené vzdělání: *

Označte jen jednu elipsu.

- Základní škola
 Střední škola s výučním listem
 Střední škola s maturitou
 VOŠ
 VŠ

Sexting

V této sekci budou otázky kladeny již konkrétně na sexting a na Váš postoj k němu. Prosím Vás o co nejpřímější odpovědi.

4. Měli jste někdy zkušenost se sextingem? (sdílení sexuálně orientovaných zpráv, * fotografií nebo videí)

Označte jen jednu elipsu.

- Ano *Přeskočte na otázku 4*
 Ne

5. Pokud jste praktikoval/a sexting, jakou formou?

Zaškrtněte všechny platné možnosti.

- Zprávy
 Fotky
 Videá

6. Pokud ano, můžete specifikovat, o koho se jednalo? (Partner, někdo nový, anonymní, někdo cizí, apod.). Pokud ne, pole nechejte volné.

7. Proč jste se rozhodli vyzkoušet sexting? (můžete vybrat více možností) *

Zaškrtněte všechny platné možnosti.

- Zvýšení intimního spojení s partnerem/partnerkou
- Zvědavost
- Sexuální vzrušení
- Z pocitu nudy
- Jiné: _____

8. Jak často se věnujete sextingu? *

Označte jen jednu elipsu.

- Zkusil/a jsem to jednou
- Stalo se to vícekrát *Přeskočte na otázku 9*
- Sexting provádím pravidelně *Přeskočte na otázku 9*
- Nikdy

Jak často se věnujete sextingu?

9. Pokud jste v předešlé otázce odpověděli, že sexting jste praktikoval/a vícekrát, či je na pravidelné bázi zvolte prosím jak často se mu věnujete.

Zaškrtněte všechny platné možnosti.

- Sexting jsem zkusil/a jednou s mně blízkou osobou
- Sexting jsem zkusil/a jednou s člověkem, kterého neznám osobně
- Sexting jsem zkusil/a párkrát s různými osobami, které znám osobně
- Sexting jsem zkusil/a párkrát s různými osobami, které neznám osobně
- Sexting jsem zkusil/a párkrát se stejnou osobou (někdo cizí/partner/ka)
- Sexting provádím pravidelně s člověkem, kterého neznám osobně
- Sexting provádím pravidelně se stejným člověkem, kterého znám osobně

10. Jak je Vám příjemné či nepříjemné komunikovat o sexuálních tématech? *

Označte jen jednu elipsu.

1 2 3 4 5

Nen Cítím se nepříjemně/nedokážu komunikovat

11. Jak vnímáte bezpečnost při sextingu a jaké opatření přijímáte k zajištění soukromí? *

Označte jen jednu elipsu.

- Vědomě přijímám opatření k zajištění bezpečnosti
 Většinou spoléhám na důvěru partnera/partnerky
 O bezpečnosti při sextingu nepřemýšlím
 Jiné: _____

12. Máte nějaké obavy nebo pochybnosti ohledně sextingu? *

Označte jen jednu elipsu.

- Ano
 Ne
 Nevím/nepřemýšlím o tom

13. Myslíte si, že sexting může pozitivně ovlivnit vztahy? Proč ano či proč ne?

14. Zaznamenali jste někdy nějakou kampaň či edukativním projekt, který se týkal sextingu? *

Označte jen jednu elipsu.

Ano

Ne

15. Pokud ano, uveďte, prosím, o jakou kampaň se jednalo

16. Co byste očekávali od takového projektu/kampani v souvislosti se sextingem? Co byste se chtěli dozvědět? Co by mělo být přínosem pro další generace v edukaci ohledně sextingu?

Eysenckův osobnostní dotazník

Volte odpovědi ano či ne podle toho, co je pro vás typičtější, co se vyskytuje častěji, co vám více odpovídá. Zbytečně dlouho nad odpověďmi nepřemýšlejte.

17. Máte rád(a) způsob života, ve kterém se stále "něco děje"? *

Označte jen jednu elipsu.

Ano

Ne

18. Nepříjemné „maličkosti“ vás dokážou rozladit nebo vyvést z rovnováhy? *

Označte jen jednu elipsu.

Ano

Ne

19. Jednáte bezprostředně a otevřeně, než abyste vyčkával(a) na nejvhodnější chvíli k jednání? *

Označte jen jednu elipsu.

Ano

Ne

20. Děláte si starosti, abyste někomu neublížil(a)? *

Označte jen jednu elipsu.

Ano

Ne

21. Řekl(a) byste o sobě, že jste společenský člověk? *

Označte jen jednu elipsu.

Ano

Ne

22. Jen málokdo vám opravdu rozumí? *

Označte jen jednu elipsu.

Ano

Ne

23. Dokážete pohotově odpovědět, když se do vás někdo pustí? *

Označte jen jednu elipsu.

Ano

Ne

24. Míváte často výčitky, že jste mohl(a) situaci řešit jinak a lépe? *

Označte jen jednu elipsu.

Ano

Ne

25. Při poznávání nových prostředí a seznamování s lidmi se cítíte jako ryba ve vodě? *

Označte jen jednu elipsu.

Ano

Ne

26. Někdy sršíte nápady a energii a jindy jste zase bez aktivity a plný(á) skepse? *

Označte jen jednu elipsu.

Ano

Ne

27. Máte rád pohyb, změnu a plno nových zážitků? *

Označte jen jednu elipsu.

Ano

Ne

28. Po rozhodnutí zjišťujete, že existovala jiná lepší řešení, a mrzí vás, že vám to nedošlo? *

Označte jen jednu elipsu.

Ano

Ne

29. Do veselé společnosti se rychle zapojíte a přidáte se spontánně k zábavě? *

Označte jen jednu elipsu.

Ano

Ne

30. Přílišná odpovědnost vám svazuje nohy? *

Označte jen jednu elipsu.

Ano

Ne

31. Vyhovovala by vám práce „obchodního cestujícího“? *

Označte jen jednu elipsu.

Ano

Ne

32. Vadí vám neshody mezi lidmi, které lhostejná většina ani nevnímá? *

Označte jen jednu elipsu.

Ano

Ne

33. Vyhovuje vám práce se změnami prostředí a kontaktem s více lidmi spíše než *
zaměstnání v tichu vlastní pracovny?

Označte jen jednu elipsu.

Ano

Ne

34. Míváte různé obavy, úzkosti či předtuchy? *

Označte jen jednu elipsu.

Ano

Ne

35. Máte rád nové situace, které vyžadují průbojnost a dávají možnost soutěžit *
s jinými?

Označte jen jednu elipsu.

Ano

Ne

36. Býváte někdy tak roztěkaný, že vám to brání v práci? *

Označte jen jednu elipsu.

Ano

Ne

37. Navazujete rád(a) kontakty s neznámými lidmi? *

Označte jen jednu elipsu.

Ano

Ne

38. Trpíte bolestmi břicha či žaludku nebo různými zažívacími potížemi? *

Označte jen jednu elipsu.

Ano

Ne

39. Dokážete hodit starosti za hlavu a žít přítomností? *

Označte jen jednu elipsu.

Ano

Ne

40. Máte pocit odpovědnosti, který vám při náročných úkolech přináší problémy se spánkem či usínáním? *

Označte jen jednu elipsu.

Ano

Ne

41. Dáváte přednost novým a zajímavým setkáním před stálým kontaktem s dlouholetými známými? *

Označte jen jednu elipsu.

Ano

Ne

42. Míváte závratě nebo bolesti hlavy? *

Označte jen jednu elipsu.

Ano

Ne

43. Dokážete se prosadit s vlastním vyjádřením tam, kde je diskutérů více než času na všechny příspěvky? *

Označte jen jednu elipsu.

Ano

Ne

44. Nepříjemné zážitky ve vás dlouho doznívají? *

Označte jen jednu elipsu.

Ano

Ne

Obsah není vytvořen ani schválen Googlem.

Google Formuláře