

Vliv médií na rodinné vztahy pohledem rodičů

Andrea Bednářová

Bakalářská práce
2016



Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně
Fakulta humanitních studií

Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně

Fakulta humanitních studií

Ústav pedagogických věd

akademický rok: 2015/2016

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: **Andrea Bednářová**
Osobní číslo: **H12008**
Studijní program: **B7507 Specializace v pedagogice**
Studijní obor: **Sociální pedagogika**
Forma studia: **prezenční**

Téma práce: **Vliv médií na rodinné vztahy pohledem rodičů**

Zásady pro vypracování:

Zpracování rešerše a studium odborné literatury.

Vymezení terminologie a teoretických východisek z oblasti médií, jejich vlivu na jedince, rodinu a společnost.

Příprava metodiky empirické části, zpracování projektu výzkumu a stanovení výzkumného problému.

Realizace kvantitativního výzkumu formou dotazníkového šetření.

Zpracování a vyhodnocení získaných dat, včetně jejich interpretace.

Prezentace výsledků výzkumu, jejich shrnutí a doporučení pro praxi.

Rozsah bakalářské práce:

Rozsah příloh:

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

Seznam odborné literatury:

GAVORA, Peter. Úvod do pedagogického výzkumu. Brno: Paido, 2000. ISBN 80-85931-79-6.

HOFBAUER, Břetislav. Děti, mládež a volný čas. Praha: Portál, 2004. ISBN 80-7178-927-5.

JIRÁK, Jan a Barbara KÖPPLOVÁ. Média a společnost. Praha: Portál, 2007. ISBN 978-80-7367-287-4.

JEŽEK, Vlastimil a Jan JIRÁK. Média a my. V Praze: Akademie múzických umění, 2014. ISBN 978-80-7331-304-3.

MOŽNÝ, Ivo. Rodina a společnost. Praha: Sociologické nakladatelství (SLON), 2008. ISBN 978-80-86429-87-8.

Vedoucí bakalářské práce:

PhDr. Hana Včelařová

Ústav pedagogických věd

Datum zadání bakalářské práce:

9. prosince 2015

Termín odevzdání bakalářské práce:

27. dubna 2016

Ve Zlíně dne 9. prosince 2015


doc. Ing. Anežka Lengálová, Ph.D.
děkanka




Mgr. Jakub Hladík, Ph.D.
ředitel ústavu

PROHLÁŠENÍ AUTORA BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Beru na vědomí, že

- odevzdáním bakalářské práce souhlasím se zveřejněním své práce podle zákona č. 111/1998 Sb. o vysokých školách a o změně a doplnění dalších zákonů (zákon o vysokých školách), ve znění pozdějších právních předpisů, bez ohledu na výsledek obhajoby ¹⁾;
- beru na vědomí, že bakalářská práce bude uložena v elektronické podobě v univerzitním informačním systému 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 ²⁾;
- podle § 60 ³⁾ odst. 1 autorského zákona má UTB ve Zlíně právo na uzavření licenční smlouvy o užití školního díla v rozsahu § 12 odst. 4 autorského zákona;
- podle § 60 ³⁾ odst. 2 a 3 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.

Prohlašuji, že

- elektronická a tištěná verze bakalářské práce jsou totožné;
- na bakalářské práci jsem pracoval samostatně a použitou literaturu jsem citoval. V případě publikace výsledků budu uveden jako spoluautor.

Ve Zlíně 21. 3. 2016

Bednářová

¹⁾ zákon č. 111/1998 Sb. o vysokých školách a o změně a doplnění dalších zákonů (zákon o vysokých školách), ve znění pozdějších právních předpisů, § 47b Zveřejňování závěrečných prací:

(1) Vysoká škola nevydělečně zveřejňuje disertační, diplomové, bakalářské a rigorózní práce, u kterých proběhla obhajoba, včetně posudků oponentů a výsledku obhajoby prostřednictvím databáze kvalifikačních prací, kterou spravuje. Způsob zveřejnění stanoví vnitřní předpis vysoké školy.

(2) Disertační, diplomové, bakalářské a rigorózní práce odevzdané uchazečem k obhajobě musí být též nejméně pět pracovních dnů před konáním obhajoby zveřejněny k nahlížení veřejnosti v místě určeném vnitřním předpisem vysoké školy nebo není-li tak určeno, v místě pracoviště vysoké školy, kde se má konat obhajoba práce. Každý si může ze zveřejněné práce pořizovat na své náklady výpisy, opisy nebo rozmnoženiny.

(3) Platí, že odevzdáním práce autor souhlasí se zveřejněním své práce podle tohoto zákona, bez ohledu na výsledek obhajoby.

2) 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, § 35 odst. 3:

(3) Do práva autorského také nezasahuje škola nebo školské či vzdělávací zařízení, užije-li nikoli za účelem přímého nebo nepřímého hospodářského nebo obchodního prospěchu k výuce nebo k vlastní potřebě dílo vytvořené žákem nebo studentem ke splnění školních nebo studijních povinností vyplývajících z jeho právního vztahu ke škole nebo školskému či vzdělávacímu zařízení (školní dílo).

3) 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, § 60 Školní dílo:

(1) Škola nebo školské či vzdělávací zařízení mají za obvyklých podmínek právo na uzavření licenční smlouvy o užití školního díla (§ 35 odst.

3). Odpirá-li autor takového díla udělit svolení bez vážného důvodu, mohou se tyto osoby domáhat nahrazení chybějícího projevu jeho vůle u soudu. Ustanovení § 35 odst. 3 zůstává nedotčeno.

(2) Není-li sjednáno jinak, může autor školního díla své dílo užít či poskytnout jinému licenci, není-li to v rozporu s oprávněnými zájmy školy nebo školského či vzdělávacího zařízení.

(3) Škola nebo školské či vzdělávací zařízení jsou oprávněny požadovat, aby jim autor školního díla z výdělku jim dosaženého v souvislosti s užitím díla či poskytnutím licence podle odstavce 2 přiměřeně přispěl na úhradu nákladů, které na vytvoření díla vynaložily, a to podle okolností až do jejich skutečné výše; přitom se přihlédá k vyšší výdělku dosaženého školou nebo školským či vzdělávacím zařízením z užití školního díla podle odstavce 1.

ABSTRAKT

Bakalářská práce se zabývá vlivem médií na rodinné vztahy z pohledu rodičů. Teoretická část vymezuje základní pojmy z oblasti médií, mediální a masové komunikace, druhy médií a jejich funkce. Dále pojmy rodina, komunikace v rodině, funkce rodiny a volný čas v rodině. Závěr teoretické části se zaměřuje na vlivy médií, pozitivní i negativní a pojmy jako mediální gramotnost a mediální výchova. V praktické části jsou uvedeny výsledky dotazníkového šetření.

Klíčová slova: média, mediální gramotnost, mediální výchova, vliv médií, rodina, rodinná komunikace, volný čas.

ABSTRACT

Bachelor thesis deals with the media influence on family relationships from the perspective of parents. The theoretical part defines the basic concepts of media, media and mass communication, media types and their functions. It also states the concepts of family, family communication, family function and leisure time of family. Conclusion the theory focuses on the effects of media, both positive and negative, and concepts such as media literacy and media education. The practical part includes the results of a questionnaire survey.

Keywords: media, media literacy, media influence, media education, family, family communication, leisure time.

„My musíme být tou změnou, kterou si přejeme vidět ve světě okolo nás.“

Mahátma Gándhí

Poděkování:

Děkuji paní PhDr. Haně Včelařové za odborné vedení mé bakalářské práce a cenné rady, které mne inspirovaly během tvorby.

Poděkovat bych také chtěla své rodině, nejbližším přátelům a příteli za jejich podporu a energii, kterou do mne vložili.

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

OBSAH

ÚVOD	8
I TEORETICKÁ ČÁST	10
1 MÉDIA A MASMÉDIA	11
1.1 MEDIÁLNÍ A MASOVÁ KOMUNIKACE	12
1.2 FUNKCE MÉDIÍ.....	15
1.3 DRUHY MÉDIÍ	17
2 CHARAKTERISTIKA RODINY A JEJÍ ROZDĚLENÍ	20
2.1 KOMUNIKACE A VZTAHY V RODINĚ	23
2.2 FUNKCE RODINY	25
2.3 VOLNÝ ČAS A JEHO VÝZNAM V RODINĚ.....	28
3 VLIV MÉDIÍ NA JEDINCE, SPOLEČNOST A RODINU	33
3.1 POZITIVNÍ VLIVY MÉDIÍ	38
3.2 NEGATIVNÍ VLIVY MÉDIÍ	42
3.3 MEDIÁLNÍ GRAMOTNOST A MEDIÁLNÍ VÝCHOVA JAKO PREVENCE PROTI NEŽÁDOUCÍM VLIVŮM MÉDIÍ	45
II PRAKTICKÁ ČÁST	51
4 DESIGN VÝZKUMU	52
4.1 VÝZKUMNÝ SOUBOR	52
4.2 METODA A REALIZACE VÝZKUMU	53
5 ANALÝZA A INTERPRETACE VÝSLEDKŮ	54
5.1 DEMOGRAFICKÉ OTÁZKY	54
5.2 OTÁZKY ZAMĚŘENÉ NA VÝZKUMNÉ OTÁZKY	58
6 VYHODNOCENÍ VÝZKUMNÝCH OTÁZEK	76
ZÁVĚR	78
SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY	79
SEZNAM POUŽITÝCH ELEKTRONICKÝCH ZDROJŮ	82
SEZNAM GRAFŮ	83
SEZNAM PŘÍLOH	84

ÚVOD

Média v dnešním světě patří ke každodennímu životu lidí a odborníci se snaží tuto problematiku dostat do našeho podvědomí již mnoho desetiletí. Často slýcháváme, že média mohou v rodině narušit komunikaci mezi jejími členy. Málokdy si však uvědomujeme, že narušení, které média mohou v rodině vyvolat, nekončí pouze u narušené komunikace, ale může být daleko rozsáhlejší. Narušením komunikace se v rodině může postupně vytrácet rodinné pouto, což znamená, že se mohou postupem času narušit i rodinné vztahy. Naše bakalářská práce pojednává o této problematice v tomto směru. Uvědoměním si, že komunikace mezi jednotlivými členy rodiny není to nejvýše postavené, co může být v rodině díky médiím narušeno. Pro výzkum jsme si zvolili členy rodiny, přesněji řečeno rodiče, kteří byli respondenty dotazníkového šetření. Název naší práce tedy zní „Vliv médií na rodinné vztahy pohledem rodičů.“

Teoretická část je rozdělena celkem na tři hlavní kapitoly. První kapitola na úvod vymezuje pojmy média a masmédiá. Poté navazuje podkapitolou, která pojednává o mediální a masové komunikaci a na závěr srovnává tyto dvě komunikace s interpersonální komunikací. Druhá podkapitola uvádí konkrétní funkce médií, která média zastupují v dnešní společnosti a navazuje na poslední, třetí podkapitolu, která podává přehled o tom, jaké druhy médií známe a jak média podle určitých kritérií v současnosti dělíme.

Druhá kapitola je věnována rodině a tomu co s rodinou souvisí. Jsou tedy uvedeny jednotlivé charakteristiky a typy rodiny. Dále se podkapitoly zabývají propojeností mezi rodinnou komunikací a vztahy a snaží se nastínit jejich nezastupitelnou funkci v rodině. Jsou zde také vymezeny základní funkce rodiny. Poslední podkapitola se zabývá volným časem, jeho významem, důležitostmi a užitečností v rodině.

Poslední, třetí kapitola, rozpracovává problematiku vlivu médií. Popisuje, jak vznikly představy o těchto vlivech a jakou reakci tyto vlivy vyvolávají u publika. Poté je popsáno, jaké vlivy mohou mít média na společnost, jednotlivce a rodinu. Následně jsou ve dvou podkapitolách rozepsány pozitivní a negativní vlivy médií. Závěr třetí kapitoly tvoří podkapitola věnována mediální gramotnosti jakožto nutnosti v dnešním světě a mediální výchově jako prevenci proti těmto nežádoucím vlivům.

Praktická část uvádí cíle práce a vymezuje výzkumný soubor. Výzkum byl prováděn pomocí dotazníkového šetření. Je tedy uvedeno zpracování výzkumných otázek z dotazníku

a jejich následné vyhodnocení. Na závěr praktické části je poté uvedena interpretace výsledků a doporučení pro praxi.

Cílem naší práce bylo nastínit, jak již bylo v úvodu naznačeno, do jaké míry média zasahují do rodinného prostředí, komunikace, vztahů a to z pohledu rodičů. Jaký názor mají rodiče na dnešní média, na využívání médií dětmi a jakými způsoby se rodiče snaží média dětem i celé rodině nahradit.

I. TEORETICKÁ ČÁST

1 MÉDIA A MASMÉDIA

Naše bakalářská práce pojednává o médiích a rodině. První kapitolu budeme věnovat tématu média a pokusíme se vymezit jejich definici, funkce a druhy pro lepší představu a upřesnění, co vše může pojem médium v sobě zahrnovat.

Samotný pojem **médium** pochází z latiny a jeho význam je prostředek, prostředí, něco, co zprostředkovává děj (Urban, 2011, s. 48). Obecně je to něco, co stojí uprostřed a vzájemně spojuje dvě nebo více stran (Reifová, 2004, s. 139). Setkat se s pojmem médium můžeme tedy ve více oborech, jako je fyzika, chemie nebo biologie, ale také například ve výpočetní technice a teorii sociální komunikace. Obory věnující se mezilidské či sociální komunikaci slovo médium užívají pro to, co zprostředkovává někomu nějaké sdělení, chápou ho tedy především jako médium komunikační (Jirák a Köpplová, 2007, s. 16). Médium je tedy „*důležitý článek mezi komunikátorem a adresátorem.*“ (Reifová, 2004, s. 139).

Ačkoliv chápeme slovo médium především jako médium komunikační, samotný pojem má daleko širší význam. Pod pojmem médium můžeme chápat například i přímé individuální prostředky komunikace, jako je řeč nebo mimika (Urban, 2011, s. 48). Také Jirák a Köpplová (2009, s. 17) uvádějí, že média nejsou pouze tisk, rozhlas nebo televize, ale za médium považujeme i kódy, které se při komunikaci používají (přirozený jazyk - čeština). Dále Urban uvádí, že pod pojmem médium chápeme i prostředky technické komunikace, kam řadíme počítačové sítě či kabelové televize, nebo se vztahuje na jednotlivé organizace, především na organizace masové komunikace (například redakce) a na sociální instituce (například demokratický tisk). Pojem média si nejčastěji spojujeme s médii tradičními, pod kterými si představujeme noviny, rozhlas nebo televizi. Daleko méně si pod pojmem už představujeme nejrůznější veletrhy, výstavy, kongresy, exkurzy, billboardy nebo výkladní skříně (Urban, 2011, s. 48).

Daleko častěji se ale do popředí dostává pojem **masmédia**. Pojem vychází z anglického slova mass média. Český překlad tohoto slova jsou hromadné sdělovací prostředky nebo prostředky masové komunikace (Urban, 2011, s. 48). Masová média mají společnou univerzálnost, popularitu a jsou v zásadě veřejné povahy. Právě dostupnost masových médií by se dala pokládat za důležitou roli, proč jsou masová média tak populární. Pravdou ale je, že důležitá role masových médií spočívá především v jejich aktuálnosti, předávají publiku tedy informace aktuálně, rychle, v krátkém časovém období, v pravidelných periodách (denní tisk), anebo průběžně (rozhlas, televize, internetová média). Důraz také kladou na to,

co je bezprostředně podstatné a zajímavé (Jirák, Köpplová, 2009, s. 21). Jinými slovy „jejich sdělení jsou veřejně dostupná, standardizovaná, vyráběna mediálními profesionály a za pomoci technických aparátů šířená k velkému, heterogennímu a disperznímu (rozptýlenému) publiku.“ (Reifová, 2004, s. 139).

Cílem první kapitoly bakalářské práce bylo vymezit si a ujasnit hlavní rozdíl mezi pojmem médium a masmédiem. Ačkoliv se stává, že tento pojem bývá mnohdy spojován v jeden, jsou mezi jednotlivými pojmy patrné rozdíly. Pamatovat bychom si především měli ten rozdíl, že média mohou oslovit jak velkou masu lidí, tak také pouze jednotlivce. Masmédia na rozdíl od médií jsou záměrně vyráběny a řízeny lidmi, kteří se snaží, aby obsah masmédií byl rozšířen k co největšímu možnému počtu lidí.

1.1 Mediální a masová komunikace

Jak už bylo uvedeno v předchozí kapitole, médium je nějaký prostředek, zprostředkovává někomu nějaké sdělení (Jirák, Köpplová, 2007, s. 16). V nejužším slova smyslu jsou média „prostředky masové či mediální komunikace.“ (Reifová, 2004, s. 140).

Pojmy masová či mediální komunikace občas splývají a záleží na autorovi, jaký pojem použije. Reifová (2004, s. 102) například uvádí „Pojem komunikace mediální v průběhu devadesátých let 20. století postupně nahrazuje označení masová komunikace.“ Pro přesnost si ale můžeme uvést, jakým způsobem Jirák a Köpplová (2007, 24) mediální a masovou komunikaci od sebe odlišují. Pokud se tedy bavíme o **mediální komunikaci**, potom předpokládáme, že se na takové komunikaci podílejí tištěná, vysílací či síťová média. **Masová komunikace** je poté typem mediální komunikace, na které se výrazně podílejí masová média. Masovými médii konkrétněji myslí vysokonákladový a periodicky vycházející tisk, rozhlasové a televizní vysílání určené početným skupinám.

McQuial ve své knize (2002, s. 31) uvádí, že proces „masové komunikace“ není synonymem k „masovým médiím“, k tomu dodává, že masová média jsou organizované postupy a technologie umožňující masovou komunikaci. „Pojem „masový“ odkazuje k velkému počtu, rozsahu či množství (ať už lidí nebo produktů), zatímco „komunikace“ označuje předávání a přebírání významů, vysílání a přijímání sdělení.“

Komunikaci, která probíhá mezi jedinci navzájem, označujeme za komunikaci přímou neboli interpersonální. Druhý typ komunikace probíhá pomocí technicko-organizačních prostředků a takový typ komunikace označujeme za komunikaci zprostředkovanou (Musil, 2008, s. 11). Komunikace interpersonální se ale od mediální komunikace v mnoha podstatných bodech liší. Podstatným rysem interpersonální komunikace je to, že umožňuje dialog, v průběhu komunikace můžeme okamžitě reagovat a podat zpětnou vazbu. Mediální komunikace, tedy komunikace za účasti médií, má zcela jiný charakter. Nejběžněji rozlišujeme čtyři důležité rozdíly:

Ačkoliv příjemci (publikum) reagují na sdělení masových médií (faníci fotbalistovi, křičí během zápasu na televizi, dohadují se mezi sebou nebo si navzájem doporučují zajímavý kuchařský recept), samotní podavatelé mediovaného sdělení však nemají s příjemci mediálního sdělení přímý kontakt a nemohou tedy „vidět“ jejich reakce. Podavatelé dostávají „zpětnou vazbu“ od publika pouze pomocí nejrůznějších výzkumů (sledovanosti, čtenosti, spokojenosti, a tak dále). Můžeme tedy říci, že mediovaná kultura je v tomto ohledu jednosměrná a média nevědí, s kým přesně komunikují (Jirák, Köpplová, 2007, s. 36).

Druhým rozdílem je to, jak je komunikace mezi podavatelem a příjemcem uskutečňována, pomocí čeho. U mediální komunikace je podstatné, že ji zajišťují speciální technologie, kterými se snaží u příjemce navodit atmosféru interpersonální, tedy dialogickou. Média však oproti interpersonální komunikaci mají vlastnost zaznamenávat obsah sdělení a jsou snadněji dostupná. Obsah sdělení zaznamenávají například v knize, ve filmu, v počítačovém souboru, a podobně. To znamená, že veškerá sdělení, která podávají média, jsou opakovatelná, mají trvání v čase, zatímco u sdělení v interpersonální komunikaci tohle není možné (Jirák, Köpplová, 2007, s. 36-37).

Výhodou mediální komunikace je také fakt, že jsou snadno dostupná, což můžeme odvodit z toho, jak už bylo uvedeno, že mediální sdělení jsou opakovatelná. Rozdíl je zde především v tom, že interpersonální komunikace je zakotvená v prostoru a čase a mediální komunikace tohle umí překonat. V současné době všechny události, které se odehrávají ať už v rámci pouze jednoho národa, regionu či místa mohou pomocí mediální komunikace být sdíleny po celém světě především díky využití satelitního a internetového přenosu. Satelitní nebo internetový přenos umožňují publiku „živý“ přístup ke sdělením, ačkoliv jsou publiku místa daných událostí velmi vzdálená (Jirák, Köpplová, 2007, s. 37). Thomson (2004, s. 31) uvádí, že užívání médií může změnit a mění „*prostorové a časové souřadnice společenského života.*“

Poslední rozdíl je ten, že ačkoliv média umí překonávat čas a prostor, jejich sdělení nejsou dostupná všem. Mediální komunikace může být také chápána jako nějaký druh průmyslu, ve smyslu toho, že na trhu může formovat a regulovat poptávku jak po informacích, tak i po zábavě (Jirák a Köpplová, 2007, s. 38).

Komunikaci také můžeme rozdělit podle toho, zda je spontánní, tedy vyplývá z přirozené potřeby, nebo je cílená a řízená jistým záměrem. Mluvíme-li o komunikaci mediální, musíme si uvědomit, že spadá do komunikace řízené, nikoliv spontánní. Spontánní komunikace probíhá mezi jedinci nebo malým počtem jedinců. Mediální (masovou) komunikaci tedy pokládáme za řízenou z toho důvodu, že velké skupiny můžeme oslovit pouze za pomoci hromadných sdělovacích prostředků, neboli médií (Musil, 2008, s. 11).

Co masová média v průběhu masové komunikace tedy nabízejí? Podle Jiráka a Köpplové (2007, s. 46) souhrnně můžeme říci, že v první řadě tedy nabízejí určité obsahy (sdělení), které můžeme využít ke krátkodobému užití (zpravodajství, zábava), ale mají aktuální charakter (zpravodajství) a vytváří je formální organizace, které využívají vyspělé technologie, díky kterým jednotlivé obsahy (sdělení) distribuují za účelem dostat se k masovému a především anonymnímu publiku, a to veřejně, bez omezeného přístupu, jednosměrně (to znamená bez možnosti výměny role či názorů podavatele a příjemce), nepřímou s určitou periodicitou (opakovatelností), která je nabízena příjemci opakovatelně a průběžně. Publikum je složeno z jednotlivců, kteří s tím, co jim média nabízejí, aktivně nakládají.

Masová komunikace v dnešním světě je velmi oblíbená a ulehčuje životy lidí po celém světě. Dalo by se říci, že právě díky její dostupnosti má obrovský význam. Většina lidí také využívá mediální komunikaci, která umožňuje na rozdíl od masové komunikace pocit mezilidské (interpersonální) komunikace. Zapomínat bychom ale neměli na nezastupitelný význam mezilidské (interpersonální) komunikace, která je mnohem důležitější a především přirozenější. Nyní se podíváme na funkce, které média zastupují.

1.2 Funkce médií

Na samý úvod můžeme uvést definici od Burtona a Jiráka (2001, s. 148), kteří vystihují, o čem bude tato podkapitola pojednávat. „*Mluvíme-li v souvislosti s médii o jejich „funkcích“, zkoumáme, k čemu média mají doopravdy být, co skutečně dělají a jaký se zdá být účel jejich existence. Funkce médií se mění v závislosti na typu uspořádání společnosti, kulturním kontextu a sociálních, ekonomických a politických podmínkách.*“

Podle Krause a Poláčkové (2001, s. 64), z kterých budeme v této kapitole vycházet, plní média velké množství funkcí s rozdílnou intenzitou, účinkem i rozdílnými důsledky. Projevují se jako úkon, činnost určitého zaměření a v neposlední řadě významu. Rozlišují čtyři funkce médií, které rozčleňují na dvě skupiny – v první skupině je funkce **informativní a komunikativní**, v druhé skupině funkce **přesvědčovací a rekreativní**. V rámci každé této skupiny vymezují ještě několik dalších funkcí, které média mohou zastávat, my si však uvedeme pouze některé.

Pokud se bavíme o **funkci informativní**, média zde chápeme jako nositele informací, předávají adresátovi zakódovanou zprávu, která ovlivňuje adresátovo vědomí, názory a postoje. Jednou z funkcí, která také spadá do této skupiny, je funkce vzdělávací, ve smyslu nucení člověka k určitému zamyšlení a spoluúčasti na řešení určitých sociálních problémů, ačkoliv je tato spoluúčast pouze fiktivní. Ježek a Jiráček (2014, s. 23) do vzdělávací funkce začleňují neformální celoživotní vzdělávání, které média zajišťují prostřednictvím dokumentárních filmů, vzdělávacích pořadů, dále tématicky zaměřené časopisy či webové stránky. Vzdělávací funkce se ale také realizuje prostřednictvím zpravodajství nebo umělecké tvorby.

Komunikativní funkce úzce souvisí s informativní funkcí. Náplní komunikativní funkce je zprostředkovat adresátovi (příjemci) určitou událost, skutečnost nebo situaci, popřípadě zprávu o těchto událostech. Tato funkce je využívána nejvíce například v politických a sociálních konfrontacích. V rámci této skupiny si navíc vymezíme funkci socializační, kdy se z médií stávají zprostředkovatelé životních zkušeností, zážitků, postojů, pocitů, a tak dále. V rodině má socializační funkce roli integrační, kdy například při sledování televize dochází k upevnění duchovní i sociální sounáležitosti mezi členy rodiny. Nezastupitelným prvkem socializační funkce je ale především sociální solidarita (vzájemná podpora), která pomáhá stabilizovat vyšší etické cíle, normy a ideály (Kraus a Poláčková, 2001, s. 66). Burton a Jiráček

(2001, s. 150) touto funkcí rozumí prezentování příkladů ze života společnosti, jejího jednání, společenské interakce a také společenských skupin. Tyto uvedené příklady společenské funkce přispívají především k socializaci, nabízejí určité představy i vztahy, ale také jejich pochopení. Druhá funkce v této skupině je například funkce kulturní, kdy média učí adresáta přejímat způsoby chování a jednání, které jsou typické pro sociální či etnické skupiny, učí adresáta sdílet a ctít jejich hodnoty. Média tedy nejsou pouze součástí kultury, ale jsou i kulturotvorným činitelem (Kraus a Poláčková, 2001, s. 67).

Média, na základě určitého modelu člověka a světa, mohou u příjemců vyvolat také pocit, že se adresáti s takovým modelem sžijí a vcítí se do něj. To znamená, že své prožitky porovnávají s prožitky jinými a otevírají se jejich vlivu. Tato funkce médií je označována za **funkci formativní**. Pod tuto skupinu dále například spadá funkce humanizační, která spočívá v tom, že i média mohou agresivní chování u lidí zjemnit, činit ho tolerantnějším a citlivějším k utrpením druhým lidem (Kraus a Poláčková, 2001, s. 67). Stejně jako mohou média vyvolat u člověka toleranci a pochopení, stejně tak u člověka mohou vyvolat snadně a rafinovaně manipulaci a to především pomocí reklam (Kraus a Poláčková, 2001, s. 68).

Poslední skupinou je **funkce rekreativní**, která se snaží u adresáta vyvolat pocit osvěžení, navodit mu podmínky pro odpočinek, zotavení se regenerovat své síly. Ve chvíli, kdy člověk využívá média je vytržen z každodenního shonu za povinnostmi a mohou u něj navodit příjemný pocit. V této skupině si uvedeme navíc funkci relaxační. Zde jsou média jakýmsi nástrojem pro rehabilitaci a relaxaci. Adresát získá pocit psychického uvolnění a duševní rovnováhy. Médii také nemůžeme odepřít, že plní funkci zábavní, kdy nám média dovolují bavit se a rozptýlit se (Kraus a Poláčková, 2001, s. 70). Ježek a Jiráček (2014, s. 24) uvádí, že velká část medií má přímo za cíl nabízet adresátovi zábavu (komiksy, křížovky, televizní seriály, soutěže nebo počítačové hry). Postupně však tato zábavní funkce proniká i do zpravodajství, všichni jsme se setkali určitě s reportáží nakonec, ve které se zobrazují roztomilá zvířátka.

Funkcí, která média zastávají je pochopitelně daleko více. Uvedli jsme si ty, které jsou nejvíce viditelné a odvoditelné z každodenního používání médií jak u jednotlivců, tak i u rodiny. Nyní si uvedeme, podle čeho se média dají kategorizovat a jaká média do jaké kategorie spadají.

1.3 Druhy médií

V dnešní době se setkáváme s různými děleními médií. Mezi nejtypičtější a nejznámější patří rozdělení médií na **klasická a elektronická**. Do **klasických médií** zařazujeme papír a knihtisk, popřípadě samostatný tisk (Urban, 2011, s. 154). Podle Reifové (2004, s. 137) tištěná média jsou „*média, jejichž obsah je vázaný na papír. Vznikají za pomoci různých tiskařských technik, jako primární kód používají přirozený jazyk, mohou být periodická i neperiodická, disponují různou mírou dosahu. Mezi média tištěná tak v paradigmatu mediálních studií patří zejména knihy, noviny, časopisy, letáky, aj.*“ Rozhlas, televize, CD/DVD, mobilní telefon nebo například internet považujeme za **média elektronická** (Urban, 2011, s. 154). Reifová (2004, s. 134) například uvádí pojem „média nová“, kde za nejstarší nová média uvádí televizi a telefony. Později se význam nová média začínal měnit a dnes ho chápeme především jako synonymum pro počítačová neboli digitální média (elektronická pošta, webové stránky, digitální televize, aj.).

Média ovšem nerozdělujeme pouze na média tištěná a elektronická, ale můžeme je podle míry participace (účasti) jedince rozdělit na **chladná a horká**. Pro **chladná média** je typická vysoká míra participace, to znamená, že jedinci se dostává jen omezené množství informací, které si musí sám doplnit. Chladné médium je tedy například samotná řeč, telefon, televize nebo kniha. Naproti tomu **horká média** nevyžadují vysokou míru participace, protože jedinci nemusejí být ve velké míře informace doplňovány. Za horké médium je považován film, rozhlas, rozhovor, seminář, a jiné (McLuhan, 2011, 36-37, 44). Určit, které médium je a není horké, nebo chladné jde v případě, kdy určité médium srovnáváme s jiným. Pro lepší představu - telefon považujeme za chladné médium, protože šíří akustické signály pouze do ucha příjemce a jedinec musí akustické signály doplňovat více informacemi sám, zatímco rozhlas, který se šíří všemi směry rovnoměrně v určitém akustickém prostředí a jedinec pouze naslouchá, považujeme za médium horké. Pokud ovšem srovnáme rozhlas s televizí, musíme rozhlas v tomto případě uvést jako chladné médium, protože nabízí jedinci akustickou stránku, ale nikoliv vizuální, na rozdíl od televize, která nabízí obě stránky, akustickou i vizuální. Televize v tomto případě vyžaduje menší participaci jedince než rozhlas (Reifová, 2004, s. 133).

Další kategorií jak můžeme média dělit je podle toho, jaký typ společenských vztahů mají, jaký mohou podporovat nebo jaký mohou popřípadě vytvářet. Tzv. interpersonální

média podporují **interpersonální komunikaci**, to znamená komunikaci mezi dvěma jednotlivci, kteří se nemusejí osobně znát, ale mohou se seznamovat například pomocí písemné korespondence nebo prostřednictvím chatu na internetu. Z toho vyplývá, že interpersonální média podporují existenci nebo utvářejí sociální vztahy mezi jednotlivci a zahrnujeme do nich dopisy, poselství, emailové vzkazy, telegraf, telefon a podobně. Typickým znakem těchto médií je, že umožňují vysílání a přijímání vzkazů na obou stranách. Druhým typem jsou masová média, která se zaměřují na **celospolečenskou komunikaci**, přesněji řečeno mezi jedním výchozím bodem a druhým neurčeným, za to ve větším počtu. Jedná se tedy o komunikaci, která směřuje od jednoho zdroje k publiku skládající se z velkého počtu lidí. Masová média nepodporují vysílání a přijímání sdělení na obou stranách. Jeden účastník je tedy v roli vysílatele a druhý v roli příjemce. Příjemci – velká skupina lidí, ať už se sociálními vazbami, nebo s žádnými, tvoří tzv. masu. Za masová média pokládáme tedy noviny, časopisy, knihy, pozemní, kabelové, satelitní televizní a rozhlasové vysílání, dále film, kompaktní disky i magnetofonové nahrávky, internet - internetové deníky i časopisy, rozhlasové i televizní vysílání po internetu. Vedle interpersonálních a masových médií můžeme nalézt ještě média síťová, která „*je možné používat jako interpersonální i masová média*“ (Grossberg in Jiráček a Köpplová, 2007, s. 21-22). Příkladem síťových médií mohou být například telefonické konference nebo využití současné počítačové techniky - chaty, konference a podobně (Jiráček a Köpplová, 2007, s. 23).

Za zmínku stojí také zmínit rozdělení médií podle toho, který lidský smysl vnímání je zaměstnán ve chvíli, kdy s médii pracujeme. Máme tím na mysli, zda se média obracejí na **sluch** - masová média (rozhlas) i interpersonální (telefonický hovor), **zrak** - knihy, noviny, časopisy nebo dopis, **hmat** - Braillovo písmo, exponáty na výstavách záměrně určená k ohmatání, nebo se obracejí na více smyslů naráz, například **sluch a zrak** - televizní program, rodinná videonahrávka (Jiráček a Köpplová, 2007, s. 23).

Vymezili jsme si rozdělení médií na klasická, elektronická, podle míry participace (účasti) jedince, podle společenských vztahů nebo na který lidský smysl se zaměřují. Zapomenout bychom ale neměli na rozdělení, které je nám ze všech nejbližší a podle kterého si většina z nás vybírá mediální obsahy. Toto rozdělení uvádí ve své knize Ježek a Jiráček (2014, s. 15). Jedná se o rozdělení médií podle **cílové skupiny** – to znamená na děti, teenagery, ženy, muže, zahrádkáře, a jiné, nebo rozdělení médií podle obsahu, tím máme na mysli, zda

se jedná o média zpravodajská a zpravodajsko-publicistická, společenské magazíny, magazíny zaměřené na ekonomiku, finance a právo, média o sportu, automobilech, zdraví, módě, cestování, hobby, a podobně.

Poslední podkapitola ohledně médií nás měla seznámit, do jakých kategorií můžeme média členit a na co se tyto kategorie mohou zaměřovat - na určité téma, určitý okruh lidí, určitý typ komunikace a tak dále.

Mohlo by se zdát, že média jsou zaměřena na velkou masu lidí a tuhle masu ovlivňují stejným způsobem. Zapomínejme však, že ovlivňují každého jedince zvlášť a jiným způsobem. A to jak negativním, tak i pozitivním způsobem.

Jaké negativní a pozitivní dopady mají média na jedince, společnost i rodinu si rozebereme ve třetí kapitole.

2 CHARAKTERISTIKA RODINY A JEJÍ ROZDĚLENÍ

V první kapitole jsme se věnovali médiím, vymezili jsme si pojmy média a masmédiá, mediální a masová komunikace, jaké jsou funkce a druhy médií. Naše práce se zaměřuje na média a jejich vliv na rodinu, proto se v druhé kapitole budeme věnovat pojmům rodina, komunikace a vztahy v rodině, funkce rodiny a volný čas.

Pokud bychom chtěli najít jednotnou definici toho, co je to rodina, hledali bychom velmi obtížně. Každý autor uvádí jinou definici rodiny a je tak velmi obtížné říci, která z nich je nejpřesnější. Uvedeme si definici rodiny několika autorů pro lepší představu jejich chápání pojmu rodina.

V sociologickém slovníku můžeme například vyčíst, že rodina je určitá forma dlouhodobého a solidárního soužití osob, které jsou spojeny příbuzenstvím a při nejmenším zahrnují rodiče a děti. Dále za rodinu považuje ty členy, kteří sdílí společné bydlení, jsou příslušníci určité příbuzenské linie a mají společnou reprodukci a konzumaci statků (Jandourek, 2001, s. 206).

Velký sociologický slovník pro změnu vnímá rodinu jako nejdůležitější společenskou skupinu a instituci, je základním článkem sociální struktury a základní ekonomickou jednotkou. Hlavní funkcí rodiny je reprodukce trvání lidského biologického druhu a výchova, přesněji řečeno socializace jedince, potomstva a v neposlední řadě přenos kulturních vzorců a zachování této kontinuity kulturního vývoje (in Havlík a Kořa, 2002, s. 67).

Autoři Havlík a Kořa (2002, s. 67) rozvádějí, že rodinu vnímáme jako základního činitele demografického vývoje, tím mají na mysli, že rodinný cyklus je vázaný na biologické fáze, od narození až po samotnou smrt. Dále rodinu můžeme vnímat jako činitele sociální struktury, protože sociální struktura tvoří síť vztahů spíše u rodin, než u samotných jednotlivců; činitele ekonomického, kdy rodiny jsou hospodařícími domácnostmi a v poslední řadě činitele kulturního, protože rodina produkuje základní normy, hodnoty a kulturní vzorce celé společnosti. Díky těmto činitelům rodinu nevnímáme pouze jako skupinu lidí, ale také jako instituci.

To, že rodinu můžeme vnímat i jako instituci dokládá i Ivo Možný (2002, s. 99) ve své knize, který uvádí, že v nejširším slova smyslu může rodina být definována jako „*institucionální zajištění lidské reprodukce, legitimní v dané společnosti.*“ Rodina podle něj jako sociální instituce musí ale také obsahovat prvek trvalosti.

O institucionální podobě rodiny se také zmiňuje Kraus a Poláčková (2001, s. 78) „Rodinu současnosti je možno považovat za institucionalizovaný sociální útvar nejméně tří osob, mezi nimiž existují rodičovské, příbuzenské nebo manželské vazby. Jejím základem ve všech dosud známých společnostech je dyadický pár – muž a žena, tj. nějaká forma manželství nebo partnerství. Rodina je tedy postavena na partnerství osob opačného pohlaví, které má trvalejší ráz, a na příbuzenství. Výchozím znakem každé rodiny je existence nejméně jednoho dítěte bez zřetele na jeho věk.“

Sobotková (2001, s. 22) ve své knize uvádí definici, kterou již v roce 1980 uvedl Kramer. Ten uvádí, že rodina je skupina lidí, kterou pojí společná historie, současná realita a budoucí očekávání vzájemně propojené vztahy. Členové rodiny jsou vázáni k sobě dědičností, legálními manželskými svazky, adopcí nebo společným uspořádáním života. Pojem rodina může být užíván, pokud mezi blízkými lidmi jsou intenzivní, psychologické a emocionální vazby, ale může také být používán, pokud se jedná například o nesezdaný pár nebo o náhradní rodinu.

Jako poslední si uvedeme definici, kterou ve své knize uvádí Výrost (1998, s. 304), Rodina je podle něj nejuniverzálnější socializační činitel, jedinci poskytuje identifikační vzory, seznamuje ho s předpokládaným chováním jak pro mužskou, tak pro ženskou roli. Jedince učí, aby uměl reagovat žádoucím způsobem v procesu integrace, a umožňuje mu praktické ověření dovedností, které získal v rámci rodiny. Rodina se uplatňuje jako regulátor chování jedince a poskytuje mu normy, které jsou ve společnosti žádoucí. Jedinec si také pod vlivem rodinného působení vytváří určité postoje jak k personálnímu okolí, tak k sobě samému i celé společnosti obecně.

Definovat nebo vymezit dnešní rodinu je ovšem obtížné, všechna tradiční a výše uvedená kritéria přestávají platit. Institucionální spojení manželským svazkem dnes není nutnou podmínkou pro rodinný život jako dříve a přibývá tak soužití, kde toto kritérium naplněno není, a děti se rodí mimo legitimní manželství. I přes to však můžou taková soužití fungovat jako rodina a splňovat znak rodiny, jako je bydlení pod jednou střechou a spolupráce v rámci společenské dělby práce.

Můžeme tedy říci, že rodina je strukturovaný celek, nebo systém, jehož smyslem, účelem a náplní je vytvářet bezpečný, stabilní prostor a prostředí pro sdílení, reprodukci a produkci života lidí. Platí také, že je to přirozené prostředí, do něhož se člověk rodí, aniž by si mohl vybrat jiné, a přejímá to, co mu připravili rodiče (Kraus, 2008, s. 80).

Rodinu bereme jako primární skupinu, ve které se od narození formuje osobnost dítěte a prožíváme v ní všechny fáze našeho života. Na základě určitých kritérií můžeme rodinu rozdělit také do několika typů:

Rodinu, do které se narodíme, označujeme za **rodinu orientační**, ve které jsme objektem, který je v rodině vychováván a většina z nás s ní zůstává po celý svůj život v kontaktu, například z důvodu, abychom se postarali o staré rodiče. Později z orientační rodiny odcházíme a zakládáme takzvanou **rodinu reprodukční**, ve které se sami stáváme rodiči. Jedná se tedy o rodinu, kterou sami zakládáme (Havlík a Koř'a, 2002, s. 67). V sociologickém slovníku můžeme také nalézt označení primární (orientační) a sekundární či prokreační (reprodukční) rodina (in Jandourek, 2001, s. 207).

Dále můžeme rodinu rozdělit podle toho, jakým jádrem je tvořena. Rodina, která je tvořena dvougeneračním jádrem, ve které tedy jsou rodiče a děti, se označuje za **rodinu nukleární**. **Rodina rozšířená** se od nukleární rodiny liší tím, že se skládá z rodičů a dětí, kteří společně žijí i s prarodiči (z obou stran rodičů), sourozenci a dalšími příbuznými (Havlík a Koř'a, 2002, s. 67). V Sociologickém slovníku (in Jandourek, 2001, s. 207) najdeme také označení atomární, manželská nebo párová namísto označení nukleární.

V případě, že rodina nežije pohromadě společně, bavíme se o rodině neúplné či nevlastní. **Neúplná rodina** je redukována z důvodu rozvodu nebo úmrtím matky, otce, obou rodičů, nebo je tvořena svobodnou matkou a dítětem. Jestliže si jeden z partnerů založí rodinu novou, ve které má alespoň jeden z těchto nových partnerů děti již z předchozího vztahu, označujeme takovou rodinu za **nevlastní** (Jandourek, 2002, s. 207).

Z výše uvedených definic můžeme shrnout, že rodinu můžeme chápat dvojitým způsobem a to jako základní sociální skupinu společnosti nebo také jako instituci, která předává celou řadu důležitých znaků, vzorců chování a podílí se na formování jedince i společnosti. Současná rodina se od tradičních kritérií poněkud liší, nicméně i přes některá nesplněná kritéria mohou daná soužití být brána jako rodina a jako rodina fungovat. Celkově existuje několik typů rodin, které jsme si stručně popsali. V další podkapitole si uvedeme, jakou funkci zastává v rodině komunikace a vztahy mezi jejími členy, jak spolu souvisejí a nakolik jsou tato dvě slova, rodinné vztahy, v rodině důležitá.

2.1 Komunikace a vztahy v rodině

Komunikaci chápeme jako proces, díky kterému předáváme informace. Můžeme ji chápat v několika rovinách, jako například přenos informací mezi lidmi nebo jako sociální operaci, která se skládá z informace, sdělení a jejího následného pochopení. Prostřednictvím komunikace předáváme tedy určité informace, ale zároveň s předáváním informací dochází k výměně emocionálního obsahu, například pomocí neverbálních náznaků (Jandourek, 2001, s. 126).

Komunikace také plní řadu funkcí. Vybíral (2005, s. 31) uvádí pět funkcí komunikace, do které řadí informování, instruování (poučování), přesvědčení, vyjednání (domluvení se) a pobavení. Rodinná komunikace, aby byla efektivní, by tyto funkce měla splňovat jako každá jiná komunikace.

Většina odborníků přikládá komunikaci velký význam především v rodinném prostředí. Ti tvrdí, že rodinná komunikace je klíčová a rozhodující, aby rodina mohla úspěšně fungovat (Sobotková, 2001, s. 44).

Jandourek (2001, s. 126) uvádí, že „*bez komunikace by sociální interakce nebyly možné.*“ Rodinnými interakcemi máme na mysli „*systemově založené a dynamické způsoby komunikace členů rodiny a vzájemné vztahy mezi nimi.*“ Zároveň tyto interakce, které se v rodině objevují každý den a opakují se, pomáhají utvářet celkovou a jedinečnou atmosféru rodiny (Sobotková, 2001, s. 44). **Rodinné interakce** jsou potom základem rodinného systému, který se skládá z několika subsystémů – nejpodstatnější je subsystém manželský, subsystém rodič-dítě a sourozenecký subsystém. Manželský subsystém je důležitý z hlediska toho, že je základní a hraje ústřední roli ve všech vývojových fázích rodiny. Subsystém rodič-dítě vzniká již okamžikem vzniku těhotenství ženy a rozšiřuje základní, manželský, subsystém. Období, kdy do rodiny vstupuje dítě, bývá náchylné k mnohým krizím a pozdější problémy ve vztahu rodič-dítě značí určitou nestálost rodiny. V subsystému sourozeneckém dochází k tomu, že se dítě učí spolupracovat, soutěžit, vyjednávat, ale také vytvářet kompromisy. Vliv tohoto subsystému na fungování rodiny je nepochybný, zapomenout nesmíme ale na to, že tento vliv je jednosměrný a všechny subsystémy se navzájem ovlivňují (Sobotková, 2001, s. 24-25).

Rodinná komunikace má stejně jako běžná komunikace mezi lidmi několik zásad, které je dobré mezi rodiči a dětmi dodržovat, aby komunikace byla efektivní. Vzájemné komunikaci v rodině bychom měli věnovat především čas, aby se vztah mezi rodičem a dítětem

mohl dostatečně rozvíjet. Rodič je v prvních letech života dítěte osobou, která určuje, jakým způsobem bude komunikace v rodině probíhat. Rodičům je často doporučováno, aby se o dítě zajímali. Například tím, že s ním budou mluvit o tom, co dítě prožilo během dne. Důležité také je, aby na čas strávený vzájemnou komunikací měli členové rodiny klid a nedělali žádnou činnost, která by zabraňovala soustředění se na komunikaci. V rodinné komunikaci by také měli rodiče mluvit ve formě „já a ty“, z důvodu toho, že rodič i dítě jsou do komunikace zainteresováni, což značí, že rodiči na dítěti, i opačně, záleží a vztah mezi nimi to výrazně posiluje. Obsah komunikace by měl být konkrétní a pravdivý a důležité je všemu pečlivě naslouchat. Je podstatné, aby se rodiče a děti mezi sebou naučili sdělovat si své pocity. Jsou situace, kdy rodič nebo dítě je plné různých emocí, které nemusejí souviset s rodinným prostředím, ale například se školou či prací, je proto třeba vysvětlit si navzájem, že tyto emoce nejsou spjaty s rodinou, aby nedocházelo ke zbytečným konfliktům (Špaňhelová, 2009, s. 11-19). Gray (1999, s. 105) ve své knize taktéž klade důraz na čas strávený nasloucháním a celkovou podporou našich dětí. Jestliže si rodiče nenajdou čas na naslouchání, uvádí, že rodič neuspokojuje potřeby svých dětí. Čas, který rodič věnuje dítěti, pokládá Gray za motivaci, jak si najít nejen čas na dítě, ale i na sebe. V neposlední řadě zdůrazňuje, že pochopení, které dětem rodiče mohou dát, vede k tomu, aby děti lépe poslouchaly a spolupracovaly. Špaňhelová (2009, s. 11) navíc dodává, že je podstatné, aby tento čas byl v rodině vybudován a to podle vzájemné situace, tak jak to vyhovuje rodičům i dětem a všichni členové rodiny byli pohromadě.

Matoušek (1997, s. 11) vidí členy rodiny jako partnery v komunikacích. Díky nepřetržitému vyměňování zpráv mezi členy rodiny dochází k upevnění jejich rolí v rodině, sledování jejich společných cílů nebo také respektování sdílených hodnot. Jestliže fungující rodina je schopna komunikačních výměn je schopna těmito výměnami mnohé vyvažovat. Například nevýhody jednotlivých členů umí vyvažovat tím, že se zvýšeným zájmem se rodina zajímá o jejich postoje.

Lidé si v rodině, ale i mimo ni, vytvářejí vztahy, které se udržují na základě komunikace a to, jaká je mezi lidmi komunikace se odráží na kvalitě vztahu. Komunikace a vztahy spolu tedy úzce souvisí, není-li v rodině žádná komunikace, oslabují se i vztahy mezi jednotlivými členy a v rodině se mohou začít postupem času objevovat problémy, které rodinu jako celek oslabují a rodina nemusí postupem času plnit své funkce. Jaké funkce by rodina měla plnit, si uvedeme nyní v navazující podkapitole.

2.2 Funkce rodiny

Na rodinu jsou kladeny vysoké nároky ze strany společnosti a postupně stále vzrůstají. Výsledkem ovšem je, že ve většině případů tyto nároky plní nedostatečně. Bavíme se o jednotlivých funkcích, které jsou rodině připisovány a jejich neplnění mají převážně dopad na socializaci jedince.

Primární skupinou je rodina zejména pro jedince, pro kterého se stává emocionálním zázemím, pilířem bezpečí a jistoty, stimulace, podnětů a uznání, místem elementárních zkušeností a základnou pro vstup do společnosti (Havlík a Kořa, 2002, s. 68).

Uvádí se, že současná rodina plní sociální funkce. Naplnění těchto funkcí spolu úzce souvisí. V průběhu života rodiny a vývoji společnosti se mohou tyto funkce měnit.

První uváděná funkce rodiny bývá **funkce biologickoreprodukční**, která má význam nejen pro společnost jako celek, ale také pro samotné jedince, kteří rodinu tvoří. Aby se společnost mohla dobře rozvíjet, potřebuje k tomu stabilní reprodukční základ a proto je v jejím zájmu, aby se rodil takový počet dětí, který tyto představy naplní. Význam celé biologickoreprodukční funkce se nijak nezměnil, nicméně dochází k tomu, především ve vyspělých zemích, že dítě je v mnoha rodinách oddalováno, protože je bráno jako přítěž, například v profesním růstu a v rodinách s nízkými příjmy je dítě bráno jako přepych, který si nemohou dovolit (Kraus, 2008, s. 81). Pokles porodnosti vedl ve vyspělých zemích ke stagnaci populace a začalo se hovořit o „hranici vymírání“. V mnoha případech k této skutečnosti zabraňuje pouze vyšší porodnost etnických menšin a přistěhovalectví. V souvislosti s nízkou porodností začal klesat počet vícedětných rodin, ale také rodin s jedním dítětem a začal se objevovat model rodiny s dvěma dětmi. Početnost dětí v rodině má také vliv na socializaci. Jestliže dříve v tradičních a mnohodětných rodinách existovala dělba práce, což znamenalo, že starší sourozenci se podíleli nejen na chodu domácnosti a hospodářství, ale zajišťovali také výchovu mladších sourozenců, v dnešní době je tomu zcela jinak. Dnes se setkáváme s modelem rodin, kdy rodiny mají dvě děti, popř. pouze jedno dítě a rodiče tak mají spoustu času na výchovu dětí samy. S tím ale také souvisí, že v těchto rodinách rodiče kladou na prvorozené děti velká nároky a ochotu je následovat. Jakmile do rodiny vstoupí další dítě, starší ho má tendenci vést, stává se nositelem rodinných norem a hodnot a mladší jej následuje. Vzniknout může mezi sourozenci také soupeření, které je častější u chlapců. V případech smíšených sourozeneckých párů starší sestra doplňuje mateřskou úlohu. Pokud je starším sourozencem bratr stává se významnou orientační osobou pro mladší sestru. Dělb

práce, soupeření i spojení sourozenců se považuje za významný socializační faktor v rodině (Havlík a Kořa, 2002, s. 69-70).

Socioekonomická funkce rodiny, někdy uváděna pouze jako ekonomická, byla po staletí nejvýznamnější. Dříve většina venkovského obyvatelstva byla rodinou, která představovala hospodářství, kde pod velením hospodáře a hospodyně pracovali jejich děti, nesezdání, chudší příbuzní, ale také například čeledě. Socializaci a výchovu v rámci sociálně-ekonomické funkce, můžeme téměř ztotožnit s tímto zapojením dětí, v závislosti na věku a pohlaví, do této rodinné dělby práce. Ve 2. polovině 20. století většina rodin ztratila svoji úlohu hospodářsky produktivních jednotek. Dnes své profesní povinnosti plní většina mužů i žen mimo rodinu, což má značný vliv také na oslabení až vymizení z jednoho nejsilnějších pout, co rodina může mít a vede k tomu, že profesní (u dětí školní) život není součástí rodinného života, nýbrž součástí jiných sociálních skupin (pracovních, politických, a podobně). To má za následek, že se členové rodiny scházejí stále méně a jejich zájmy, postoje a orientace spojená s profesním životem a do určité míry i s volným časem se rozcházejí (Havlík a Kořa, 2002, s. 72-73). I přes to, že muži i ženy plní své profesní dovednosti mimo rodinu, je rodina chápána jako důležitý prvek systému ekonomického vývoje, protože členové rodiny se zapojují do výrobní i nevýrobní sféry v rámci svého výkonu ve svém povolání a rodina sama se stává významným spotřebitelem, na kterém je závislý samotný trh. Poruchy ekonomické funkce se projevují v hmotném nedostatku rodin a v současnosti vede k nezaměstnanosti nebo zvyšování životních nákladů rodiny. Všimnout si také ale můžeme, v určitých případech, návratu samostatné ekonomické rodiny v podobě rodinných firem (Kraus, 2008, s. 81-82).

Změna také nastala v rámci **ochranné funkce** (zaopatřovací, pečovatelské), která zajišťuje životní potřeby (biologické, hygienické, zdravotní) nejen u dětí, ale u všech členů rodiny (Kraus, 2008, s. 82). Rodina se dříve starala o členy rodiny, kteří již nemohli být součástí rodinných činností, postupně se ale díky zájmu státu i jiných organizací tato funkce předávala odborníkům (Havlík a Kořa, 2002, s. 73). Dnes můžeme vidět to, že se rodiny na této funkci opět podílejí o něco výrazněji a očekává se její spoluúčast, například jsou pacienti domů propouštěni do domácího léčení dříve, než tomu bývalo zvykem nebo například školy již neorganizují preventivní lékařské prohlídky, včetně zubních (Kraus, 2008, s. 82).

Za jednu z nejdůležitějších a nezastupitelnou funkci bývá označována **funkce emocionální**. Historici rodiny poukazují na to, že dříve byla rodina především hospodářící domácností, která zajišťovala každodenní přežití jejích členů. Založení rodiny se také neopíralo o emoční základy, nýbrž pouze o ekonomické nutnosti a zájmy. Později se začal klást důraz na osobní vztahy, který emocionální stránku dostal do popředí (Havlík a Kořa, 2002, s. 70). Rodina se tak začala stávat citovým zázemím s pocitem lásky, bezpečí a jistoty. S postupem času lze také ale sledovat, s jakými obtížemi se rodiny s touto funkcí vypořádávají a tuto funkci tak plní s velkými obtížemi, které jsou způsobeny například rozvodem, zaneprázdněností, a podobně. Dá se říci, že tuto funkci určité rodiny neplní vůbec a roste počet dětí, které jsou deprivované nebo dokonce týrané (Kraus, 2008, s. 83).

Dostáváme se k další funkci, kterou nazýváme **socializačně-výchovná**. Rodina je první skupinou, která učí dítě přizpůsobit se životu, osvojovat si základní návyky a způsoby chování, které jsou běžné ve společnosti. Co se týká socializačního procesu v rodině, je jeho úlohou připravit děti a mladistvé na vstup do praktického života. Působícím faktorem je také rostoucí vliv vrstevníků v období pubescence a dospívání. Zapomínat nesmíme ani na působení mladší generace na generaci starší, například v rámci zacházení s moderními komunikačními prostředky, protože dnes vedle sebe žijí až tři generace rodiny a vzrůstá tedy dosah socializačního působení dětí a mládeže na rodiče i prarodiče jak v užší, tak i v širší rodině. Odpovědnost za výchovu by měla mít především rodina, stává se ale také, že rodina tuto odpovědnost přesouvá na školu a očekává, že škola všechny chyby a nedostatky ve výchově napraví pomocí profesionálního přístupu učitelů. Příčiny chyb ve výchově jsou způsobeny většinou nevhodně zvolenými přístupy ve výchově. Za nejvhodnější styl bývá označován styl demokratický, založený na vztahu partnerství a připouštějící diskusi (Kraus, 2008, s. 82-83). Socializačně-výchovná funkce rodiny ve vztahu ke škole je stejně důležitá jako ke vztahu k rodině, protože škola převzala část vzdělávacích úloh rodiny. Z historického kontextu můžeme říci, že škola pomohla dítěti z předčasné ekonomické aktivity, zdůraznila nutnost dítě chránit a pečovat o něj a prodloužila jeho dětství a mládí. Stala se také složkou životního stylu, organizuje čas rodiny i její hodnotový systém. Funkce rodiny i školy se navzájem doplňují. Stejně tak se ale mohou současně dostávat do střetů díky působení dalších socializačních vlivů, jako jsou média nebo vrstevnické skupiny. Na socializaci dítěte mohou mít dále negativní dopady určité typy rodin (neúplná, nefunkční, dysfunkční, a podobně), konflikty rodin, citový chlad, ekonomické problémy, a tak dále. (Havlík a Kořa, 2002, s. 73-78)

Kraus (2008, s. 83) mimo jiné uvádí také, že rodina je institucí, která by měla plnit **funkci rekreaci, relaxaci** nebo **zábavy**. Aktivitý tohoto typu by se měly týkat všech členů rodiny, ačkoliv pro děti mají největší význam. Ověření, zda rodina plní i tuto funkci, jde vidět například v tom, do jaké míry a jak často spolu rodina tráví čas nebo jakým volnočasovým činnostem se věnují.

Uvedené funkce, které by rodině měla plnit, jsou pouhým nástinem. Jsou autoři, kteří vymezují podrobněji další funkce. Můžeme ale říci, že námi uvedené funkce jsou považovány za základní. Každá rodina, která danou funkci neplní, se může potýkat s jistými problémy, které je potřeba v rodině zavčas napravit. Aby nejen dítě, ale i celá rodina mohla sama o sobě, ale i ve společnosti správně a snadně fungovat.

2.3 Volný čas a jeho význam v rodině

Jako poslední jsme si uvedli, že rodina by měla plnit funkci, kdy se rodina věnuje rekreaci, relaxaci a zábavě. Na tu také navážeme, protože se tyto činnosti ve většině případů vykonávají ve volném čase rodiny.

Volný čas, stejně jako většinu pojmů, chápe autor od autora jinak. Například Hofbauer (2004, s. 13) uvádí, že volný čas můžeme chápat jako „čas, kdy člověk nevykonává činnosti pod tlakem závazků“ nebo také jako „čas, který zbývá po splnění pracovních i nepracovních povinností.“ Daleko přesnější a úplnější definice volného času je, pokud ho charakterizujeme jako činnost, do které člověk vstupuje s jistým očekáváním, účast na této činnosti spočívá ve svobodném rozhodnutí a člověku zprostředkovává příjemné zážitky a také uspokojení. Naproti tomu Pávková (2002, s. 13) konkrétněji uvádí, že pojem volný čas zahrnuje „odpočinek, rekreaci, zábavu, zájmové činnosti, zájmové vzdělání, dobrovolná společensky prospěšná činnost i časové ztráty s těmito činnostmi spojené.“ Vyučování a činnosti s tím související, sebeobsluha, základní péče o zevnějšek a osobní věci, povinnosti v rodině, domácnost, výchovné zařízení, biologické činnosti, jako jsou jídlo, spánek, hygiena, zdravotní péče, do volného času nepočítáme z hlediska dětí a mládeže. Kavanová a Chudý (2005, s. 6) uvádí, že se stal součástí osudu člověka a ovlivnil jeho rodinný, pracovní i občanský život, zároveň rozšířil sféru lidské svobody, dobrovolnosti a svobodného rozhodování.

Pro současného člověka, který žije v moderní a vyspělé společnosti je život bez volného času, ve kterém se může věnovat svým zájmům, bavit se nebo odpočívat, nepředstavitelný. Každý den prožíváme svůj volný čas, naplňujeme ho podle svých představ různými aktivitami a ty nás vedou k seberealizaci a sebevzdělávání (Kavanová a Chudý, 2005, s. 6).

Stejně jako jiné činnosti, i činnost jako je volný čas, má hlavní funkce, které by měl splňovat. U volného času to jsou funkce jako **odpočinek**, během kterého dochází k regeneraci pracovní síly, **zábava**, která pomáhá regenerovat duševní sílu a **rozvoj osobnosti** ve smyslu spoluúčasti na vytváření kultury. Francouzský sociolog Roger Sue například dále uvádí **funkci sociální**, která zahrnuje **socializaci** v různých sociálních prostředích včetně rodiny, **funkci terapeutickou**, kam zahrnuje hledisko zdravotní, prevenci chorob, zdravý životní styl a poslední **ekonomickou funkci**, kdy volný čas má hospodářský význam nejen pro jednotlivce, ale i pro společnost. Doplňit také musíme podle německého pedagoga volného času Horsta W. Opaschowski, **funkci komunikace**, kdy jedinec ve svém volném čase navazuje sociální kontakty a na jejich základě sociální vztahy (in Hofbauer, 2004, s. 14).

V dnešní době rozdělujeme výchovu na formální, informální a neformální. K výchově k volnému času se nejbližší přibližuje výchova neformální, to je výchova, která v sobě zahrnuje svobodné a dobrovolné rozhodování o účasti na aktivitách poskytující odborné a věcné znalosti a dovednosti a probíhá mimo formální výchovný systém (například činnost v útvaru zájmové činnosti). Celkový význam neformální výchovy roste, protože „*formální výchova nemůže plně dostát všem dnešním výzvám a požadavkům na přípravu mladé generace.*“ (Hofbauer, 2004, s. 19). Sak (2000, s. 131) tuto myšlenku také potvrzuje, protože uvádí, že volný čas opravdu může doplňovat nedostatky školního, tedy formálního systému.

Od 60. let minulého století se na volný čas také začalo nahlížet jako na významnou oblast život a výchovy dětí, mládeže i dospělých. Usilovalo se o to, aby volný čas byl více rozvíjen a proto se například začala zkracovat pracovní doba dospělých, zavedl se pětidenní pracovní i školní týden a především rostl počet středoškoláků i vysokoškoláků, kteří se začali účastnit volnočasových aktivit (Hofbauer, 2004, s. 16). Výchovné zhodnocování ve volném čase se odráželo například v oblastech „Výchova prostřednictvím aktivit volného času“, kde se utvářejí individuální rysy účastníka činnosti, ale také jeho působení mezi lidmi (ve vrstevnické či zájmové skupině). Cílem těchto aktivit je osvojit si nové znalosti, dovednosti i kompetence „uvnitř“ oblasti volného času. Oblast „Výchova k volnému času“ se týká

reflexe volného času, kdy cílevědomě odkrýváme a využíváme obsahů činností a také jeho způsobu využívání (Hofbauer, 2004, s. 18).

Sak (2000, s. 141) ve své knize uvádí tzv. generační posuny aktivit. Na základě výzkumu bylo prokázáno, že se mládež ve věku 15-18 let méně věnuje sportu, turistice, trampování, celkově tráví méně času v přírodě, ale také méně navštěvují sportovní utkání. Klesající návštěvnost sportovních aktivit lze vysvětlit komercializací sportu jak relaxačního, tak rekreačního. Sami sponzoři se zaměřují především na financování mediálního vrcholového sportu. V současnosti problém sportování souvisí s ekonomickou stránkou rodiny, kdy mládež je odkázána na rodiče a ne vždy jsou finance na sportování dostupné. Dalším důvodem klesajících aktivit je celková medializace současné generace mládeže, která vyrůstá pod tlakem této masové kultury – komerční televize. Mládež zjišťuje, že se může bavit, aniž by vynakládala značné množství námahy, to znamená, že například sport, turistika i ostatní aktivity jsou pro ně příliš náročné (Sak, 2000, s. 142). Výtvarná činnost, návštěvy výstav, muzeí, galerií či divadel, to znamená ty nejnáročnější kulturní události, jsou na tom stejně jako aktivity mládeže ve sportování. Důvod je opět stejný - komercializace kultury. Pokles čtení knih je také trvalý a viditelný. Ten pro změnu souvisí s činnostmi, které jsou spojeny s osobními počítači a poslechem hudby z elektronických médií. Mládež v současné době častěji navštěvuje diskotéky, více si povídá s přáteli a známými a chodí více do restaurací, kaváren či vináren (Sak, 2000, s. 143).

To, co se u mládeže rapidně posunulo, je volný čas, který tráví vzděláváním. Tento negativní vývoj navíc podporuje šíření informace, že vzdělání je individuální věcí každého člověka. Vzdělání má samozřejmě individuální dimenzi, kdy jedinec informace získává a využívá, nicméně má také dimenzi společenskou, protože vzdělanostní potenciál společnosti určuje jak ekonomickou sílu, tak také kvalitu života celé společnosti (Sak, 2000, s. 144).

Rozvojem volného času se jeho aktivity staly nedílnou součástí lidského života. V dětství, dospívání, dospělosti i ve stáří nás tyto aktivity doprovázejí. Účastní se jich příslušníci všech sociálních i zájmových skupin celé společnosti (Hofbauer, 2004, s. 55).

Prostředí, ve kterém se setkáváme v první řadě s volným časem, je nepochybně rodina. Zde se děti setkávají se svým volným časem i s časem ostatních členů rodiny, později ve škole. V rodině a ve škole o svém volném času děti příliš nerozhodují, postupně se ale setkávají s jinými prostředími, kde se jim za podpory dospělých nabízejí určité možnosti. V takových prostředích začínají vytvářet nové sociální vztahy a mohou také poznávat sami

sebe. Učí se zde prožívat radost, smutek, zklamání, rozvíjet své zájmy a sociální kontakty. Snahou vždy má být prosazování pozitivních přístupů a omezovat negativní vlivy. Volný čas ve své individuální, skupinové i společenské dimenzi má smysl nejen pro přítomnou, ale především pro celoživotní perspektivu jedince (Hofbauer, 2004, s. 55-56).

Vraťme se ale k rodině, která je prvotním prostředím volnočasového života a výchovy. Na volný čas rodiny působí objektivní podmínky života a výchovy dětí v rodině, tedy velikost rodiny a její úplnost, popřípadě pozdější zakládání rodiny. Vliv má na volný čas také to, do jaké míry se volný čas uvnitř rodiny realizuje, což je podmíněno způsobem jejího života, postoji, výchovnou praxí rodičů nebo například časovými a hmotnými předpoklady, kterými se volnočasová činnost vytváří. Přípravenost rodičů umožňuje, aby se stali spíše inspirátorem, iniciátorem nebo dokonce spoluorganizátorem aktivit svých dětí a celé rodiny (Hofbauer, 2004, 56-57).

To, jakými způsoby rodiny realizují volný čas, však závisí na mnoha faktorech, jako je sociální status, životní styl i vztah k samotným volnočasovým potřebám dítěte a tyto způsoby realizace se značně liší. Nedosažitelným, ale přesto stále žádoucím cílem, je aktivní zájem každé rodiny o to, aby se zajímaly o volný čas svých dětí a aby děti svůj volný čas mohly prožívat hlavně smysluplně, bohatě, na základně svého rozhodnutí, ale také částečně pod vedením svých rodičů. Rodina by měla fungovat jako inspirátor, podporovatel i realizovatel volnočasových aktivit a vést své děti k tomu, aby k volnému času přistupovaly tvůrčím způsobem a vytvářeli postoje, které budou moci také uplatnit v budoucnosti ve své vlastní rodině (Hofbauer, 2004, s. 61).

Působení, jakým rodiče mohou na děti působit, může být například nápodobou a reprodukcí vzorců pozitivního volnočasového chování rodičů prostřednictvím účasti dětí na aktivitách rodiny (například domácích oslavách, setkání s příbuznými a přáteli, při vycházkách, poznávacích zájezdech, a podobně). Jiný způsob působení je uskutečňování individuálních i společných pravidelných zájmových činností dětí v rodině, ať už turistických, sportovních, uměleckých, zábavných a tak dále. Princip je v tom, že aktivita dítěte může být pouhé navázání toho, co zaujalo rodiče a rodiče tak v dětech nacházejí své pokračovatele. Posledním typem působení Hofbauer uvádí působení citlivého sledování a cílevědomého reagování na potřeby, zájmy a nadání dětí. Děti se k takové činnosti samy přihlásí nebo rodiče vybědnou, aby se činnosti účastnili (Hofbauer, 2004, s. 61-62).

Veškeré aktivity pomáhají spoluutvářet také životní styl rodiny. Pokud rodina volný čas pojme demokraticky, podporuje tím také účast dětí na životě rodiny a řešení společných otázek týkající se rodiny – kam pojedou rodina na dovolenou, co nového se do rodiny pořídí, a podobně, proto by bylo ideální, kdyby sami rodiče chtěli, aby se jejich děti účastnily a učily využívat volný čas různorodě, smysluplně a na základě svého dobrovolného rozhodování podporovaného rodiči. V opačném případě se mohou projevat negativní skutečnosti (Hofbauer, 2004, s. 63).

Je tedy bezesporné, jak uvádí Hofbauer (2004, s. 64), že vstřícný přístup rodiny vytvářet rodinné prostředí, ve kterém dochází k rozvoji volného času, je významný a potřebný. Potřebný pro rozvoj jejich individuálních předpokladů a podporuje kontakty s dalšími prostředními a v neposlední řadě bere v úvahu jejich volnočasové potřeby i zájmy. Rodina a její životní styl funguje jako regulátor těchto vlivů a pomáhá využívat pouze pozitivní vlivy a nežádoucí eliminovat.

V této podkapitole jsme se snažili shrnout, proč je volný čas důležitý nejen pro socializaci samotného jedince, ale také proč je významný pro samotnou rodinu. Jestliže rodiče podporují své děti ve volnočasových aktivitách je to bezpochyby správné a neměli by tuto schopnost podpory ztrácet. Nicméně pokud umí rodiče podporovat své děti, mohli by také dbát na to, aby se nejen děti, ale i celá rodina účastnila volnočasových aktivit. Pokud ne přímo určitých aktivit, tak aby alespoň trávili část svého volného času společně. Důležité je to především proto, že se členové rodiny snaží spolu komunikovat a spolupracovat, což opět upevňuje vztahy mezi nimi a členové rodiny jsou si více blízcí. Výhodu volného času také shledáváme v tom, že mnohým členům rodiny při společné aktivitě komunikace více vyhovuje, více se sobě navzájem otevřou a aktivitu také může doprovázet mnoho emocí, které rodinu stmelují. Rodina se tak prostřednictvím volného času může nenásilně upevňovat.

Nyní se dostáváme k poslední kapitole, která je zaměřena na vliv médií a tento vliv se snaží přiblížit. Každá podkapitola přechází od obecného vymezení ke konkrétnímu vymezení vlivu na jedince přes společnost až k vlivům médií na rodinu.

3 VLIV MÉDIÍ NA JEDINCE, SPOLEČNOST A RODINU

V první kapitole jsme si uvedli, že média mají určité funkce. Nesmíme také ale opomenout, že média nemají pouze určité funkce, ale není pochyb o tom, že při jejich využívání mají určitý dopad (vliv) na toho, kdo je využívá. Na úvod si ale nejprve uvedeme, že na terminologii představ o tom, jaký vliv mají média, neexistuje zcela jednotný pohled. Samotný pojem „vliv“ je také nejednoznačný. V literatuře se můžeme, ačkoliv jen zřídka, setkat se slovy „dopad a působení“, která označujeme za synonyma. Nejčastěji se setkáváme s názorem, že média mají určitý „účinek“. Účinky v sobě ale zahrnují jevy, které by se daly popsat pojmem „vlivy“ (Jiráková a Köpplová, 2007, s. 153).

Všeobecně se předpokládá „že média, ať už přímo nebo nepřímo, ovlivňují představy, přesvědčení, postoje, hodnoty a chování příjemců.“ Burton (2001, s. 355) také ale upozorňuje, že ačkoliv se vliv médií předpokládá, je velmi těžké, přes všechny doposud realizované výzkumy o vlivech médií, tyto vlivy prokázat pomocí vědecky ověřitelných metod. Existuje ale řada domněnek a hypotéz, podle kterých můžeme jednotlivé vlivy médií charakterizovat a podle těchto charakteristik můžeme vlivy médií rozdělit na krátkodobé a dlouhodobé, přímé a nepřímé, plánované a neplánované (Jiráková a Köpplová, 2007, s. 174).

Krátkodobé vlivy (účinky) médií dnes již patří do historie představ, jaké vlivy média mohla mít. Pro představu se jednalo o jednoduchý model podnět - reakce, to znamená, že média (může se jednat ale i o jednotlivý titul nebo jen článek v novinách) poskytnou určitý podnět a reakcí na tento podnět bude reakce, která určitým způsobem změní chování publika. Dnes již víme, že lidé na podněty nereagují okamžitě a pouze na jeden podnět, ale na daleko více podnětů. Navíc každý člověk nereaguje stejně, ať už díky jiným zkušenostem či jinému vnitřnímu rozpoložení. Později, kdy si vědci uvědomili, že vlivy médií nejsou krátkodobé, tedy neovlivňují impulzivně jednání či chování lidí, dospěli k názoru, že vliv médií se dostavuje po delším časovém intervalu a ovlivňují především změny v postojích a názorech. I přes toto tvrzení stále zůstává problém a to ten dokázat tuto změnu jak v postojích, tak v názorech lidí díky mediálními textům (Burton a Jiráková, 2001, s. 357-358). Reifová (2004, s. 296) doplňuje, že mezi krátkodobé vlivy můžeme dále řadit jak převzetí určitých stylů nebo módy, kterou média prezentují, tak také zakoupení určitého produktu, který byl prezentován prostřednictvím médií (například reklama). Za dlouhodobé vlivy označuje šíření zpráv, novacích nebo vědomostí.

Co se týká **přímých vlivů** (účinků) jsou chápány jako krátkodobé a stejně jako krátkodobé patří do prvotních představ o vlivech médií. O přímých vlivech můžeme říci, že se jedná o vlivy, které „*odpovídají komunikačním záměrům podavatele, tedy média.*“ Nejedná se však pouze o záměr podavatelů, ale také o obavy ze zneužití těchto přímých vlivů. Pokud se mediální obsah prezentuje prostřednictvím například názorového vůdce, s časovým odstupem a navíc jedinci či skupiny nebyli tomuto mediálnímu obsahu přímo vystaveni, poté mluvíme o tzv. **nepřímých vlivech** médií (Jirák a Köpplová, 2007, s. 174).

Posledním typem jsou vlivy plánované a neplánované. Činnost médií se bez pochyby děje a šíří s nějakým záměrem (například politickým, ekonomickým, vzdělávacím – osvětovým). O **plánovaných vlivech** médií můžeme říci, že média v tomto případě „kontrolují“, jak se mediální sdělení šíří a jaký dopad mají. V případě, že chování příjemců, změna v jejich chování, postojích a názorech nastala, jde mluvit o jasném úspěchu plánovaných vlivů médií. Jedná se například o účinky politických kampaní na volební chování, účinky osvětových a sociálních kampaní a zvyšování solidárního chování ve společnosti, a podobně. Podstatou je, že plánované účinky v sobě zahrnují přesvědčování, manipulaci či sugerování toho, co média prezentují do podvědomí jedinců a mění tak jejich postoje a chování nejen ve společenském životě, ale i v životě soukromém. Vedle toho média mohou mít ale celou řadu **neplánovaných vlivů**, mezi které se nejčastěji uvádí například účinek mediálního násilí na agresivní chování, dopadu mediálních obrazů na sociální konstrukci reality, nebo o tom, jaké jednotlivé typy mediálních produktů ovlivňují životní styl a vkus (Jirák a Köpplová, 2009, s. 337).

V souvislosti s vlivy médií na publikum se také mluví o tom, jakou povahu reakce mohly tyto vlivy u publika vyvolat. Povahu reakce Jirák a Köpplová (2007, s. 177-179) rozdělují na šest typů:

Kognitivní, neboli poznávací, **reakci** můžeme chápat jako schopnost médií nabízet publiku určité podněty, kterým se publikum může naučit se, pochopit a poté si je vybavit a využít. Takové učení může zároveň být záměrné (zpravodajství, reklama, zájem ze strany publika - vyhledávání informací pro lepší pochopení a orientaci), nebo nezáměrné (sledování filmů určené k relaxaci nebo zábavě, ale zároveň z nich můžeme vypožorovat nové poznatky o určité zemi nebo o chování lidí, a podobně). (Jirák a Köpplová, 2007, s. 177)

Média posilují postoje, názory, předsudky, obecné názory na svět, které publikum již vytvořené má. Stejně tak ale nemusejí média vždy pouze posilovat určité postoje či názory, ale mohou je také **kultivovat**, tedy je pozměňovat (Jirák a Köpplová, 2007, s. 177).

Emocionální prožívání se čím dál tím častěji dostává do zájmu odborníků, především díky schopnosti médií vyvolat u publika strach a úzkost. Obsahy mediálního sdělení vyvolávají nejen negativní citové účinky, například pomocí hororů, ale prostřednictvím romantických filmů a milostných příběhů také vyvolávají dojetí a jiné pozitivní citové účinky (Jirák a Köpplová, 2007, s. 178).

Citové reakce na mediální obsahy nejsou ovšem jedinými reakcemi organismu. Média mohou vyvolat i tzv. mimovolné fyziologické reakce. Tyto reakce nejsou ničím netypickým, stejně jako není netypická reakce zorniček při pohledu do světla, či tmy. Sledování filmu nebo poslech vážnější hudby může vyvolat reakce, jako je například zvýšený krevní tlak, zvýšený srdeční tep, zrychlené dýchání, pocení dlaní, pocit „husí kůže“ (Jirák a Köpplová, 2007, s. 178).

Předposledním diskutovatelným tématem bývá, jaký vliv mají média na chování publika – **behaviorální vlivy** médií. Dnes se domníváme, že jistý mediální obsah zřejmě může podpořit (ale i vyvolat) změnu ve spotřebitelském chování prostřednictvím reklamy. Tím máme na mysli změnu určité služby, produktu nebo módní značky, stejně tak mohou mediální obsahy vyvolávat změny v komunikačním chování (přečtení určitého textu může vést k diskuzi, citace z knihy se mohou stát součástí kulturního podvědomí) či změnit chování jedinců k okolí (Jirák a Köpplová, 2007, s. 179).

Každá společnost má nepochybně **hodnoty**, které podporuje, pochopitelně jsou to **pozitivní hodnoty** dané společností, do kterých například řadíme vzdělání, úctu ke starším lidem, úspěch dosažený poctivým jednáním, a podobně. Ve společnosti ale nacházíme i hodnoty, které společnost považuje za **negativní**, tam řadíme násilné řešení konfliktů nebo bezohledné prosazení se. Posledním, šestým typem, Jirák a Köpplová uvádějí, nakolik média pozitivní hodnoty společnosti podporují, nebo jdou proti nim, nebo zda naopak podle společnosti prosazují média hodnoty, které společnost uznává negativními (Jirák a Köpplová, 2007, s. 179).

Jak již bylo uvedeno, můžeme pouze předpokládat, že média mají určitý vliv na chování, postoje či názory publika. Na úrovni **společnosti** můžeme obecně shrnout, že mediální

obsahy ovlivňují společnost ve vztahu k sociálnímu, politickému a ekonomickému kontextu, způsobu zpracování a rozložení moci. Dle výše uvedeného rozdělení mají média na společnost zpravidla vliv dlouhodobý a nepřímý. Dále můžeme říci, že média mohou ovlivňovat stabilitu společnosti, nabízí schopnost jejích členů přijímat inovace a roli a postavení jednotlivých společenských institucí zejména v oblasti ekonomického, politického i kulturního života společnosti v oblasti vzdělávání (Jirák a Köpplová, 2007, s. 180). Ježek a Jirák (2004, s. 111) dodávají, že média mají ovlivňovat veřejné mínění, což s největší pravděpodobností opravdu dělají a to způsobem, že posilují názory, které mají ve společnosti převahu a ostatní názory potlačují. Ke stabilitě společnosti mohou přispívat v případě, že mohou společnosti ukazovat a připomínat hodnoty, na kterých společnost stojí a společnost je také uznává. Zasahují také do výkonu politické moci (a průběhu politické komunikace), ekonomického stavu a kulturní sféry.

Vliv médií ovšem nemusí zasahovat pouze společnost, ale můžeme také říci, že se vyskytují i na úrovni **jednotlivce** nebo určité skupiny.

Mediální obsahy a užívání médií obecně ovlivňují jedince podle situace, kontextu, způsobu zpracování a rozpoložení uživatelů. Jestliže na úrovni společnosti se jedná o vliv dlouhodobý a nepřímý, na úrovni jedince jde o všechny typy – vliv může být jak krátkodobý a dlouhodobý, tak také přímý a nepřímý vzhledem ke změně postojů (včetně postojů k samotným médiím), emocím, poznání či chování jednotlivce v oblasti veřejného života, hodnocení vlastního postavení, životního stylu, zdraví, spotřeby, sexuálního života, a podobně (Jirák a Köpplová, 2007, s. 180).

Ježek a Jirák (2014, s. 109) upozorňují, že média v dnešní době organizují náš životní prostor spolu s časovým rozvržením každodenního života. Ve skutečnosti nás média provázejí nepřetržitě po celý den. Již od samotného rána, kdy nás do práce či školy může vzbudit budík, rádio či nějaká hudba. Stejně tak nás doprovázejí při snídani (čtení novin, poslech hudby, televize), cestou do zaměstnání nebo školy (poslech hudby z mobilního telefonu), v samotné práci, až do chvíle, kdy přijdeme zpět domů a média začneme ihned využívat. Nehledě na to, že přes den jsme díky sociálním sítím neustále v kontaktu s jinými lidmi.

Každodenní zkušenosti s médii také dokládá McQuila (1999, s. 359), který uvádí, že média na nás mají vliv, ať už díky oblékání se podle předpovědi počasí či nakupování zboží díky reklamě nebo jdeme na film po zhlédnutí upoutávky, kterou vidíme v televizi, na internetu, billboardu nebo v novinách. Všechny tyto informace denno denně zaplňují naši

mysl nejrůznějšími informacemi a dojmy. Naše okolí je zaplněno mediálními zvuky nebo obrazy, které nás ovlivňují, a všechny sféry (politická, státní správa, obchod) fungují na předpokladu, že jsme obeznámeni s tím, co se děje v širším světě kolem nás. Podle Urbana (2011, s. 52) jsou média prostředkem, který nám rozšiřuje pohled na svět, doslova uvádí, že jsou prodloužením a vylepšením našich smyslů. Média vidí jako otevřené okno do reality, které nám poskytuje vidět realitu bez sebemenší námahy a z bezpečí domova. Upozorňuje však, že ať je tohle okno umístěno jakkoliv vysoko nikdy skrz něj nemůžeme shlédnout celý svět a hlavně veškerou skutečnost, protože každé takové okno nabízí jedinci pouze určitý výhled a výseč reality kolem nás.

Již od novodobého vývoje vznikly jisté změny i v rámci **rodiny**. S nástupem industrializace se rodiny přemísťovaly z venkova do měst, začaly se rozpadat vícegenerační rodiny, oddělovaly se od sebe různé životní oblasti, jako je práce, vzdělání a volný čas. Výchovu dětí zajišťovali jak konkrétní rodinní příslušníci, tak také jiní lidé, jako byli příbuzní, sousedé a přátelé. Všichni tito lidé byli součástí pracovní a životní komunity, součástí rodiny a nejen v pasivní podobě (Buermann, 2009, s. 39).

Rodiny, její členy a jejich životní prostor začala také postupně ovlivňovat média, která se také začala postupně vyvíjet. Nejprve bylo užívání médií směřováno především na dospělé jedince, díky jejich nákladnosti a nepříliš vysokému rozšíření. Rodiče byli ti, kteří rozhodovali, jaký nový přístroj se do domácnosti pořídí, proto ani tvůrci médií neměli za cíl udělat z mládeže a dětí cílovou skupinu. Později však nastal převrat a kupní sílu tvořili převážně mladiství a děti. V dnešní době jsou v rodinách odborníci na média děti, které rodičům radí, jaký nový přístroj mají koupit, jaký je vhodnější a rodiče k tomu mnohdy přemlouvají. Jedná se zejména o média komunikační, jako například mobilní telefon, který dříve sloužil dospělým, kteří si za pomoci mobilního telefonu vyřizovali obchodní záležitosti. Postupně jej dospělí začali využívat k hovorům soukromým, se vzdáleně žijícími příbuznými a přáteli (Buermann, 2009, s. 37).

Ještě před mobilním telefonem kolem 50. let začala rodinu stmelovat televize a rádio, kolem kterých se celá rodina, ale i rodinní příslušníci, sousedé či přátelé shromažďovali. Lidé spolu trávili čas, ale tento čas strávený u médií jim také umožnil společně více komunikovat, například o tom, co v televizi shlédli a v rádiu zaslechli (Buermann, 2009, s. 41). Vstup médií do obytných prostor jednoznačně představoval ústřední bod celé domácnosti. Lidé si nového média velmi cenili, představovalo totiž reálnou, hmotnou

i ideální hodnotu. Bylo však velmi drahé a stalo se symbolem společenského postavení a u lidí zvyšovalo touhu takový přístroj taky vlastnit, bez ohledu na to, zda ho lidé doopravdy potřebovali, či ne. Zpočátku média zabírala velkou část místností, připomínala kus nábytku a lidé k nim poutali pozornost. V rodinách jsou například obývací pokoje uspořádány podle televize a všechen ostatní nábytek taktéž - naproti televize je záměrně vždy umístěn pohodlný nábytek (Buermann, 2009, s. 44).

Dříve také platilo, že se členové rodiny museli shodnout, co v televizi či rádiu budou sledovat nebo poslouchat. Dnes mládež dostává své vlastní přístroje a často se s nimi stahují do vlastních pokojů. Dostupnost, pronikání do dětských životních prostorů je stále volnější a spolu s vývojem mediálních obsahů kladou na výchovu a rodiče čím dál tím vyšší nároky (Buermann, 2009, s. 46).

Z výše uvedeného můžete tedy odvodit, že vliv médií je vyvíjen na každého jedince dnešní společnosti. V naší práci nás ale nejvíce zajímá vliv médií na rodinu a můžeme konstatovat, že tento vliv není v dnešní době vyvíjen pouze na jejich členy jako celek či na konkrétního člena rodiny, ale média zasahují i do životního a rodinného prostoru rodiny, který rodině postupně přetvářejí.

Jaké mohou vlivy médií být a jak je můžeme minimalizovat, si uvedeme v následujících podkapitolách.

3.1 Pozitivní vlivy médií

Pokud bychom chtěli vlivy médií určitým způsobem kategorizovat, mohli bychom je rozdělit na vlivy pozitivní a negativní. Dnešní literatura se stále věnuje ve větší míře negativním vlivům, přesto najdeme vlivy, které můžeme vnímat do jisté míry jako vlivy pozitivní.

Musil (2008, s. 43) připisuje klasickým médiím (tisk, rozhlas, televize) **pozitivní vlivy**, do kterých můžeme zařadit zpřístupnění kultury, zábavy a názorných informací široké veřejnosti a především zvýšení aktuálnosti informací nebo mnohem bezprostřednější poznání (osobní vlastnosti politiků, skutečný průběh atmosféry závažných situací), které vede ke zvýšenému lidskému zájmu (o veřejné záležitosti či politiku) a lidské solidaritě (povodňové situace).

Pro srovnání Hradiská (2009, s. 366) ve své knize uvádí pozitivní vlivy, které mají vliv nepochybně především na psychiku jedince. Mezi takové vlivy zařazuje například vliv médií zprostředkovat zkušenosti, které se nedají získat v reálném životě, uvědomění si důležitých hodnot, jako je láska, zdraví, pomoc, dále poskytování hodnotných estetických a uměleckých zážitků, zobrazování pozitivních vzorů pro děti a mládež, pozitivní chování v mezilidských vztazích nebo poskytování informací pro každodenní život člověka (dopravní informace, zprávy o počasí, a podobně).

V souvislosti s pozitivními vlivy se také čím dál tím častěji pojí otázka, zda tyto vlivy mohou vyvolávat nebo posilovat prosociální chování. Prosociální chování je chování, které je zaměřené na pomoc druhým lidem. Za synonymum se užívá pojem altruistické chování (Hradiská, 2009, s. 367). Ačkoliv se takové chování očekává především od hodných, vlídných lidí, v roce 2009 Gentile a kolegové upozornili, že toto chování může být vykonáváno i těmi nejhoršími mizery. Výzkum v oblasti prosociálního chování ale není daleka tak rozšířený, jako výzkum antisociálního chování. V 80. letech minulého století se předpokládalo, že vlivy prosociálních médií mají delší „životnost“ než vlivy antisociálních médií. V roce 2005 novější analýza poukázala na to, že celkové vlivy prosociálních médií nejsou nijak výrazně větší než médií antisociálních. Největší rozdíl mezi těmito dvěma vlivy je ten, že antisociální chování je téměř vždy nahodilé, zatímco chování prosociální je povětšinou zamýšlené a toto zamýšlené chování by bez pochyby měla vyvolávat prosociální média, která mají edukační ambice, od programů pro malé děti, které podporují například rozvoj slovní zásoby a matematických dovedností, až po veřejné kampaně za zdravý životní styl (Giles, 2010, s. 48-49).

Pozitivní vliv, i přes větší míru negativních vlivů, můžeme nalézt i u moderních médií, jako je například internet nebo sociální sítě. Lidé prostřednictvím sociálních sítí mohou s jinými lidmi sdílet své osobní zkušenosti, zážitky, ale také různá doporučení (na film, knihu, restauraci, sport, a tak dále) po celém světě. *„Lidé dnes mají téměř z kteréhokoli místa na světě možnost komunikovat se svými blízkými (telefonovat, faxovat, e-mailovat z internetových kaváren – dnes už třeba z tibetské Lhasy). Takové možnosti snižují pocity opuštěnosti, stesk a úzkost – a naopak podporují pocity sounáležitosti a sdílet je, jedna ze základních potřeb člověka, může být naplněna i navzdory velké vzdálenosti.“* (Vybíral, 2005, s. 21). Populární webovou stránkou, na které se lidé zaměřují na nejrůznější témata (politika, hudba, osobní zaměření), se stal blog. V roce 2006 Marcus a kolegové zjistili, že majitelé těchto webových stránek jsou především introvertní lidé. O rok dříve, v roce 2005, Peter a kolegové

zjistili, že extrovertní lidé se na internetu více otevírají a častěji komunikovali, což není nic nového. Překvapivým výsledkem ale byl fakt, že introvertní jedinci se pomocí internetové komunikace dokázali snadněji otevřít, sdílet informace osobního rázu a komunikovat tak daleko snadněji (Giles, 2012, s. 145).

Pomocí internetu se také můžeme dozvědět a následovat lidi, kteří se stali pozitivními vzory pro ostatní. Především ze zahraničí jsou známy nejrůznější příklady, kdy mladiství nebo dospělí přispěli k tomu, aby jejich životní podmínky ve své zemi nebo v zahraničí byly výrazně lepší. Po celém světě jsou známy problémy s pitnou vodou v Africe. Již v šesti letech se o této problematice dozvěděl ve škole jistý Ryan Hrealjac a rozhodl se, že přispěje. Ze začátku si vydělával pomocí drobných prací a později ve svém sousedství založil fond na podporu vytvoření zdrojů pitné vody. Fond se rychle rozšiřoval a v současné době je významnou pomocí pro obyvatele súdánských vesnic, které díky fondu mohou hloubit vlastní studny a zajistit si tak zdroj pitné vody. Podobnou inspirací může být příběh dívky Barbary Brownové z Texasu, která se spolu s kamarádkami zasloužila o vznik organizace Don't be crude, která zabezpečuje ochranu podzemních vod proti kontaminaci motorovými oleji. Za její zásluhy jí byla udělena mnohá americká i mezinárodní ocenění. Tyto dva uvedené příklady pozitivního ovlivnění okolního světa pomocí internetu můžeme zařadit do pozitivních vzorů, lidí, z kterých si mnoho lidí může vzít pozitivní příklad (Slezáčková, 2012, s. 231).

Prosociální chování se také čím dál tím více snaží média zakomponovat do nejrůznějších seriálů a telenovel, resp. do jejich dějů zapojují aktuální témata. Nejčastější oblastí, kterou nám média prezentují a dostávají nám do podvědomí je to nejcennější, co máme a nesmí se podceňovat, a to je zdraví. Nemoci jako je rakovina, HIV a jiné, které vyvolávají vlnu znepokojení, se nám objevují napříč všemi seriály. Daleko častěji pozorovatelné kroky médií lze spatřovat v jejich propagaci zdravého životního stylu. Samotné vlády se zapojují do této propagace různými kampaněmi, z nichž nejčastěji viditelné a stále neutichající jsou stále kampaně proti kouření.

V pozadí ani nezůstaly **charitativní činnosti**, na které dnes můžeme přispět finančními příspěvky prostřednictvím televize, ve které se vysílají různé akce a koncerty a vybírání finančních příspěvků je tak daleko rozsáhlejší a vyšší. Například ve Velké Británii dokážou tyto akce být nejpoblárnějším pořadem celého týdne. Zároveň nám tyto akce dokazují, že vliv televize dokáže i dnes být mocným nástrojem, který dokáže ovlivnit chování celé

země (Giles, 2012, s. 51). Stále častěji se stáváme svědky, kdy mediální zpravodajství od-vysílá reportáž, na kterou zareaguje ohromné množství lidí a přispívají, ať už finančně nebo osobně, druhým lidem.

Jako poslední si uvedeme média, která dokážou koordinovat mezilidské vztahy i v rámci rodiny, jako například mobilní komunikace, která je dnes velmi rozšířenou komunikací mezi lidmi. Vykoukalová, která se obrací na Linga, píše o tzv. koordinační ko-munikaci, kterou dobře zastupují mobilní telefony. Mobilní telefony nám pomáhají k nasmě-rování různých činností druhých lidí, ale také ujištění se, ke kontrole, upřesnění nebo vypl-nění časové prodlevy. Je zřejmé, že mobilní telefony změnily životní styl a sociologové ho-voří o tzv. digitalizovaném domově, ve kterém je člověk dostupný, kdykoli je potřeba a na každém místě. Svoji nedostupnost poté může dát najevo vypnutím telefonu.

Prozvánění patří k nejtypičtější komunikaci prostřednictvím mobilních telefonů, zejména mezi mladistvými a dětmi. Mezi lidmi se všeobecně využívá z mnoha důvodů, na-příklad z nudy, pocitu samoty nebo jako signál, že si na někoho vzpomeneme. Existuje ale celá řada významů takového prozvonění a záleží na domluveném signálu, jako například „Zavolej mi.“ nebo „Jsem na domluveném místě.“

Později přišly do „módy“ písemné zprávy, tedy SMSky, které odráží potřebu lidí komunikovat a být s někým v kontaktu. Vykoukalová v průběhu jednoho dne analyzovala 292 SMS zpráv 56 studentů třetího ročníku gymnázia a zjistila, že mladí lidé místo volání rádi využívají a dávají přednost právě SMS zprávám. Informace v SMS zprávách jsou rychlé, jednoduché, někdy využívané taktéž k zábavě. Mnoho studentů odpovědělo, že SMS zprávy využívají z důvodu neschopnosti mluvit, avšak psaní ještě zvládnou. Díky tomuto výzkumu můžeme vidět, že i mobilní komunikace má svoje určité výhody. Například i to, co nejsme schopni říci rodičům tváří v tvář, schováme daleko snadněji za text v SMS zprávě (Vykou-kalová in Vybíral, 2005, s. 134-135).

Koordinovat vztahy nemusí jen mobilní komunikace. Mezi názory odborníků na-jdeme i názor, který říká, že například sledování televize může rodinné příslušníky stmelit. Nemusejí v zásadě jen sedět před obrazovkou beze slova, ale dokážou si spolu povídat o tom, co viděli, jak se jim to líbí, jak se jim to nelíbí, popřípadě si sdělovat zážitky, které přes den zažili (Burton a Jirák, 2003, s. 377).

Především ale z výzkumu SMS zpráv na gymnáziu můžeme vyvodit závěr, že mobilní komunikace má dnes svoji výhodu nejen mezi mladistvými, ale udržuje také komunikaci mezi rodiči a dítětem (dětmi) na dálku. Dítě může s rodiči řešit problémy, pochlubit se s úspěchem nebo vyjádřit rodiči své pocity okamžitě a beze strachu. Je pochopitelné, že se komunikace v rodině neomezuje pouze na mobilní komunikaci, ale můžeme říci, že komunikaci v rodině podporuje a zachovává, a to do jisté míry v pozitivním významu.

Zatímco dříve, jak jsme si již uvedli, byla média primárně určena rodičům, pokročilý vývoj technologie zapříčinil, že dnešními „experty“ jsou především samotné děti, které častěji učí dospělé i seniory novým technologickým vymoženostem. Není žádným překvapením, že dnes již využívají mnohé sociální sítě i tyto starší generace, právě například za efektivnějším udržením kontaktu mezi členy rodiny, protože mnohé sítě dnes umožňují nejen zvukový, ale i vizuální kontakt. Seniorům ale také mohou nové technologie posloužit k tomu, aby nejen byli v kontaktu s rodinou, ale mohli se dále učit něco nového, přičemž zaměstnávají a procvičují kognitivní funkce a koneckonců i pro ně mohou být nové technologie zdrojem mnoha nových a zajímavých informací. Pozitivní vlivy médií směrem k rodině můžeme tedy jednoznačně pozorovat, nesmíme ale zapomínat, že média i přes pozitivní stránky mají stále velkou míru negativních vlivů, které si následně uvedeme.

3.2 Negativní vlivy médií

Zatímco pozitivní vlivy médií nejsou v literatuře ani v podvědomí lidí tak rozsáhlé a diskutovatelné, negativní vlivy médií jsou na tomto podstatně „lépe“. V předchozí kapitole jsme si uvedli, že prosociální média na nás mohou mít pozitivní vliv. V souvislosti s negativními účinky médií se nejčastěji hovoří o tom, zda na nás **násilný obsah** může mít negativní vliv.

Pokud se bavíme o problematice násilí v médiích, myslí se tím, že média zobrazují takový mediální obsah, který vede k poškození, zranění či usmrcení zvířete nebo člověka. Nejvíce frekventované představy o možných vlivech, kdy je příjemce vystaven mediálnímu násilí, se pokusil shrnout Potter v roce 1999 a rozděluje je na vlivy krátkodobé a dlouhodobé, dále na fyziologické, to je reakce organismu, které vědomí nekontroluje (pocení, zrychlení tepu), emocionální, poznávací, postojoyé a behaviorální (změny v chování).

Krátkodobé vlivy jsou podle něj vlivy, které mají možnost vyvolat u jedince násilné či agresivní chování, vyvolat strach a znečitlivění vůči násilnému chování.

Dlouhodobé vlivy mohou u jedince vyvolat změnu v chování, zvýšené obavy, že jedinci sami se stanou obětí násilí, nebo mohou vyvolat změny v postojích k reálnému násilí (Burton a Jiráček, 2003, s. 378).

Obavy z toho, že média mohou vyvolat násilí na společnost, nejsou žádného nového data. Již v polovině 20. století se objevily záznamy o tom, že tento vliv je reálný. Je tedy zřejmé, že s tímto vlivem se u médií počítat musí. V dnešní době všechny představy, že tento vliv média opravdu mají, vede k tomu, že se násilná činnost ospravedlňuje a nastává kriminalizace médií. V mnohých případech, kdy lidé spáchají trestnou činnost, snaží se ji vysvětlit slovy typu „viděl jsem to v televizi“ a tím se také snaží samozřejmě ospravedlnit (Burton a Jiráček, 2003, s. 379).

Je důležité, aby mediální obsahy byly od uživatelů správně vyhodnoceny. V případě násilí prezentovanými médii je důležité rozeznávat reálné a fiktivní násilí. Reálné násilí je takové násilí, které se skutečně stalo, je to skutečná událost, kde došlo k násilnému jednání. Fiktivní násilí je naopak násilí, které se doopravdy nestalo, je fiktivní a spadá do oblasti smyšlených příběhů (Burton a Jiráček, 2003, s. 379). Můžeme říci, že reálné násilí je prezentováno prostřednictvím zpráv, jako základního zdroje informací a fiktivní násilí prostřednictvím uměleckých žánrů, jako jsou filmy, zábavné programy nebo reklama. Důvod, proč se setkáváme i s fiktivním násilím například pomocí filmů či seriálů je ten, že přitahují pozornost široké veřejnosti a jsou jakýmsi lákadlem na zvyšování divácké sledovanosti (Urban, Dubský a Murdza, 2011, s. 188).

V rámci násilí v médiích můžeme také rozlišovat a pozorovat násilí explicitní a implicitní. Jestliže je násilné jednání i samotný akt agrese viditelně zobrazen, jedná se o násilí explicitní. Implicitní násilí je poté takové, kdy je násilné jednání pouze naznačeno.

I přes všechny negativní vlivy mediálního násilí se najdou teoretikové, kteří se domnívají, že násilí v médiích může mít i pozitivní vliv, protože může uvolňovat zadržovanou a nahromaděnou agresivitu, která by se za jiných okolností vybila v reálném společenském prostoru. Dá se tedy říci, že u jedinců, kteří zadržují agresivitu, je sledování násilného obsahu odrazuje od násilného chování (Burton a Jiráček, 2003, s. 380).

V souvislosti s mediálním násilím a jeho vlivem na společnost, se vyskytují obavy především z vlivu násilí na členy rodiny a to zejména na děti a mládež. Vzhledem k tomu,

že se naše práce týká především rodiny, rozebereme si tento vliv na děti blíže. Vágnerová (2000, s. 187) uvádí, že násilí prezentované v médiích velmi často, může vést příjemce k tomu, že takové násilí je součástí a běžnou záležitostí normálního lidského života. A navíc toto chování se netýká pouze záporných postav, ale i postav kladných.

Násilí je dnes prezentováno mnohými médii. Uvádí se, že „v České Republice třináctileté dítě vidělo v televizi asi 52 tisíc vražd, znásilnění, ozbrojených loupeží a přepadení, přičemž „průměrné“ dítě stráví nejméně 25 hodin týdně před obrazovkou.“ (Urban, Dubský, Murdza, 2011, s. 188). Řičan a Pitharová (1995, s. 19) dále upozorňují, že „Děti obojího pohlaví, každého věku, každé rasy, z každé společenské vrstvy, na každém stupni inteligence mohou nepříznivě ovlivněny sledováním násilných pořadů na obrazovce.“ Stále častěji se s násilím setkáváme i například v hudbě, v hudebních textech, které opisují násilné činy vůči ženám (znásilnění, zabití), ale také ve videoklipech. Výjimkou rozhodně ani nejsou videohry, které si na násilném obsahu zakládají. Dříve hraní videoher spočívalo v hraní za hrdinu, který chce spravedlnost, dnešní trend se ovšem zakládá na zabíjení protihráče.

Nejnebezpečnějším médiem, které šíří velké množství násilí, je bez pochyby internet. Nabízí nepřehledné množství informací. Ačkoliv by se mohlo zdát, že alespoň dětské internetové stránky jsou od násilí „ochráněny“, není ani tato domněnka správná. Internetové stránky nabízejí animované seriály pro malé diváky, ve kterých je zobrazen příběh, který začíná velmi nevinně, končí ale o to hůře – například zabitím zvířátka nebo jejich utrpením. Snadno se také děti dostanou na stránky, na kterých jsou prezentované různé nehody, mučení, zohavení, a tak dále (Hradiská, Břečka a Vybíral, 2009, s. 360).

Internetové weby jsou nejzamořenějším médiem sexuálního násilí a pornografie. Rozhodně nesmíme zapomínat, že se sex v médiích stává společenským problémem především ve chvíli, kdy ohrožuje duševní a mravní vývoj člověka, především dětí a mládeže (Urban, Dubský a Murdza, 2011, s. 201).

Předejít k tomu, aby na děti ze strany médií nebylo násilí vyvíjeno, je nemožné. Proto v této souvislosti by měli rodiče mít určitou kontrolu nad tím, co jejich děti sledují, nejlépe mediální obsahy sledovat spolu s nimi a snažit se jim vysvětlit, co viděly, jak to mají chápat, na základě toho si dítě zapamatuje, jaké mediální obsahy jsou vhodné, či nevhodné (Hradiská, Břečka, Vybíral, 2009, s. 361). Řičan a Pitharová (1995, s. 60) také radí, že je potřeba s dětmi nejen mluvit o tom, co viděly a jak to mají chápat, ale konfrontovat jim to také se

samotnou realitou. Vysvětlení, proč je to vhodné podávají jednoduchým vysvětlením – dětský divák může ztratit „odhad“ svého násilného jednání a podcenit tím také utrpení oběti. Z tohoto plyne, že rodiče by média měli využívat k výchově svých dětí, na čemž se shoduje také mnoho odborníků.

Jestliže jsme si v předchozí kapitole řekli, že média mohou mít pozitivní vliv na komunikaci v rodině, zapomínat nesmíme ani na to, že ačkoliv jsou média i ohledně komunikace užitečná, přímá komunikace členů rodiny tváří v tvář je daleko důležitější a podstatnější. Pokud se rodina nachází mimo domov a nemohou spolu členové rodiny komunikovat tváří v tvář, poté jsou média užitečným nástrojem, jak komunikaci v rodině na dálku udržet. Ve chvíli ale, kdy členové rodiny jsou společně v domácnosti, je důležité, aby čas strávený komunikací trávili i bez přítomnosti médií. Protože se média stala součástí lidských životů a pronikla i do rodinného života, mnoho rodin si bez médií neumí představit trávit volný čas. Právě díky „závislosti“ mládeže na médiích, která mají možnost připojení se na internet, je těžší, aby rodina například odjela společně na dovolenou, kde internet v dosahu není. Dochází k tomu, že každý využívá své médium ve svém prostoru a komunikace v rodině se postupně vytrácí. Pokud rodiče, kteří na toto mohou stále dohlížet a komunikaci i volný čas v rodině podporovat, dohlížet nebudou, hrozí, že rodinná komunikace mezi členy rodiny bude narušena. Postupně může docházet k vážnějším problémům v celé rodině, jako například častějším neshodám mezi členy rodiny a navzájem se od sebe budou vzdalovat. Ztrátou rodinného pouta mezi nimi může vést ke ztrátě důvěry, podpory i citové stránky.

3.3 Mediální gramotnost a mediální výchova jako prevence proti nežádoucím vlivům médií

Jak již bylo mnohokrát řečeno, média jsou součástí našeho každodenního života a mají na nás mnoho vlivů, kterých si nemusíme být ani vědomi. Je důležité a nejspíš i žádoucí, abychom dokázali rozpoznat záměr médií a sami rozhodovat, co nás ovlivní a co nikoliv. To znamená mít schopnost chápat, analyzovat, hodnotit a produkovat sdělení masové komunikace (televize, filmu, hudby, rozhlasu, billboardů, novin, časopisů, webových stránek a blogů, a podobně). Takovou schopnost dnes nazýváme **mediální gramotnost**, která nám pomůže využívat média chytřeji a efektivněji, chápat tato sdělení a měnit je na vlastní zprostředkovávaná sdělení (DeVito, 2008, s. 31).

Mediální gramotnost má dvojí podobu: 1. Znalostní - osvojení si poznatků a dovedností, díky nimž jedinec získá schopnost analýzy a kritického odstupu - jinými slovy řečeno díky mediální gramotnosti získá „obránné látky“ proti nežádoucím a negativním vlivům médií. 2. Dovednostní - získání schopností, díky nimž jedinec média může maximálně využívat jako zdroj informací, kvalitní zábavy, aktivního zaplnění volného času a podobně. Zjednodušeně řečeno jde v zásadě o schopnost posouzení a vyhodnocení nabízeného mediálního sdělení a odhalit jeho komunikační záměr, popřípadě ho srovnat s jiným sdělením. Mediální komunikace je pokládána za sociální jev a mediální gramotnost je odpovídající komplexní kompetence (Mičienka, 2007, s. 9-11).

Mediální gramotnost se dnes snaží dostat stále více do popředí především všeobecného vzdělávání, které je nutné k plnohodnotnému životu ve společnosti, prostřednictvím **mediální výchovy** (Jirák a Wolák, 2007, s. 7). Jirák a Wolák (2007, s. 8) ve své knize dokonce zdůrazňují, že *„mediální gramotnost úzce souvisí s dobrým občanstvím, mimo jiné i proto, že mediálně gramotný člověk se dokáže aktivně zapojit do společenské komunikace.“* Uvedli jsme si, že rodina zastává proces socializace spolu se školou. Rodina a škola již ale nejsou jediné dvě instituce, které zastávají proces socializace, ale právě média se stávají rozhodujícím socializačním činitelem. Právě rozvoj informační společnosti dostává školy i celou soustavu vzdělávání a výchovy před nelehké úkoly. Je nezbytné se neustále učit novým pozitivním možnostem, které vývoj přináší, především tok veškerých informací a jeho regulaci. Jestliže dříve stačilo umět pouze číst a psát, dnes stejně velký význam zastává počítačová gramotnost a především mediální výchova ve smyslu správného využívání médií. Naproti tomu je stejně důležité se učit také zvládat rizika, které sebou nesou především elektronická média. Ani v tomto směru tradiční výchovně vzdělávací instituce, jako je škola a rodina, nesmí v této oblasti povolit, ale naopak využít svého vlivu a tato rizika umět eliminovat. Mediální výchovu chápeme ve dvojitým významu – 1. jako výchovu, která nás učí správně využívat hromadné sdělovací prostředky (médiá) nebo 2. jako výchovu a vzdělávání prostřednictvím médií (Musil, 2008, s. 115-116).

V současnosti je realizována ve školách a to jako samostatný předmět nebo jako součást jiných předmětů, jako je mateřský jazyk, výchova k občanství, dějepis, a podobně. Popřípadě se můžeme setkat s kombinací obou přístupů, díky které se stala mediální výchova součástí Rámcového vzdělávacího programu (dále jen RVP) pro základní školy a gymnázia. Zakotvena je v RVP také varianta první a druhá, tedy mediální výchovu jako samostatný

kurz i jako úplnou integraci do jiných kurzů (Mičienka, 2007, s. 11). V RVP je mediální výchova zakotvena od roku 2006 (Jirák a Wolák, 2007, s. 7).

V České republice se tématický celek „mediální výchova“ zaměřuje zejména na: porozumění hodnotám, dovednosti komunikace a kooperace, praktické činnosti denního života, výchovu k samostatnému jednání a myšlení (Mičienka, 2007, s. 116).

Hlavní cíle mediální výchovy je také možné naplnit dvojím přístupem. Receptivní přístup zahrnuje činnosti jako kritické myšlení, poslouchání a pozorování mediálních sdělení, interpretace vztahu mediálního sdělení a reality, sledování vlivu médií nebo sledování fungování médií. Produktivní přístup se soustřeďuje na vlastní produkci mediálních sdělení například prací ve školním médiu (časopis, rozhlas, blog), příprava vlastních příspěvků, upravování příspěvků druhých nebo reprezentace školního média před školní i mimoškolní veřejností. Oba tyto přístupy se mohou navzájem doplňovat a dosahovat tak dalších dílčích výchovných a vzdělávacích cílů a žák získá poznatky o mediální produkci, vnitřním fungování médií a pravidlech takového fungování, jaké limity a podmínky má práce v médiích nebo jaké vlivy mají média na jednotlivce či společnost (Mičienka, 2007, s. 12).

Na úrovni základního vzdělávání obsahuje základní poznatky a dovednosti týkající se médií, mediální komunikace a mediální výchova se zde realizuje jako průřezové téma.

Na středních školách bude poté tento základ rozvíjen v daleko prohloubenější a strukturované výchově k mediální gramotnosti, jednak jako průřezové téma, jednak jako samostatný předmět s vlastním obsahem a alternativním vyučováním prostřednictvím kurzů nebo projektů. Mediální výchova se jako průřezové téma dotkne zejména třech oblastí:

1. Jazyk a jazyková komunikace – v této oblasti se žáci učí na konkrétních příkladech z médií vnímat mluvený ale i psaný projev, jeho stavby a využitých výrazových prostředků, dále pravidla komunikace, dialogu a také argumentace.

2. Informační a komunikační technologie – úkolem v této oblasti je žáky naučit pracovat nejen s tištěnými, ale také s digitálními dokumenty jako zdrojem informací, jejich věcné správnosti a přesnosti těchto sdělení, které vedou k návyku ověřovat si veškeré údaje.

3. Člověk a společnost – žáci se učí hledat mezi minulými a současnými událostmi souvislosti a srovnávat je s jinými, či podobnými událostmi v evropském a celosvětovém kontextu.

Co se týče specializovaných kurzů a projektů, slouží především k tomu, aby žáci mohli pronikat přímo do zázemí veřejné komunikace. Žáci si mohou zkusit základní principy práce v redakci (třídního časopisu, školního rozhlasového či televizního vysílání, školního internetového periodika, a podobně), díky které si žáci mohou uvědomit a poznat, jaké faktory mohou výsledky mediálního sdělení ovlivnit (práce pod časovým tlakem, nedostatek zdrojů, a podobně) nebo si mohou žáci například zkusit prožít etické dilema novinářské práce, jakou informaci o škole například smí, či nesmí zveřejnit (Musil, 2008, s. 117-118).

Školní mediální výchova je v dnešní době velmi rozvinutá například ve Velké Británii, Německu, Skandinávii, učí se také ale v USA a v řadě dalších zemí. Nejedná se zde o mediální výchovu jako samostatný předmět, ale je zařazen do předmětu „mateřský jazyk“, kde navazuje na nácvik porozumění textu. Na základě tohoto porozumění se nacvičuje také kritický odstup a kritické vnímání zpráv a komentářů (Jirák a Wolák, 2007, s. 211).

Mezi metodické postupy a tedy cílem celé mediální výchovy nejen ve škole, ale i v rodině, je: výklad funkcí a činnosti fungování médií, nácvik kritického přijímání zpráv, nácvik uměřeného výběru informací a zábavy z neomezené nabídky, kterou média nabízejí (Musil, 2008, s. 116).

Zvyšování mediální gramotnosti a zavádění mediální výchovy do osnov školského systému je praktický přínos pro jednotlivce i společnost. Co se týče zvyšování mediální gramotnosti, přesněji řečeno soustavného zvyšování, obecně se považuje za prostředek zvyšování kvality jak soukromého (partnerského, skupinového, spotřebitelského) života jednotlivce, tak i života veřejného (občanského) bytí (Jirák a Wolák, 2007, s. 210).

Již jsme si uvedli, že média mají vliv v dnešní době především na děti. Většinou se předpokládá, že tento vliv je pouze negativní, ale média sama o sobě nejsou všemocná a jejich vliv je hodně individuální a závislý na dalších faktorech (například na výchově v rodině). Mediální výchova v rodině má několik zásad, kterými se rodiče mohou řídit:

- a) Rodiče by dětem měla ohledně pravidel stanovit určitá pravidla. Tato pravidla by ale měla být jasná a především odůvodněná.

- b) „Mediální abstinence“, je stav, kdy dítěti nejsou média povolena, nevystaví děti případného vlivu médií, protože děti se setkávají s médií i mimo rodinu. Naopak neznalost médií z rodiny může pro děti být spíše problematická než přínosná. Děti si nemají o čem povídat s ostatními dětmi například ve škole, nebudou znát mnoho věcí a hlavně první setkání s médii pro ně bude postupem času těžší, než v útlém věku.
- c) Často se stává, že rodiče dětem povolují sledování televize nebo hraní počítačových her jen po určitou dobu, ani to ale zcela neznamená vyloučení negativních vlivů médií.
- d) Děti často trestáme, nebo naopak odměňujeme tím, že jim média povolujeme, nebo jim je zakazujeme, tím ale v dětech zároveň vytváříme a zvyšujeme dojem důležitosti a výsadnosti médií. Uvědomit si ale také musíme, že takovýto trest, nebo odměna ale mohou krátkodobě mít i pozitivní výchovný efekt.
- e) Pokud děti chtějí něco vidět nebo už prostřednictvím médií viděly, četly nebo slyšely, mělo by se o tom s dětmi náležitě promluvit. Je tak možné mít nejen přehled, co naše děti sledují, ale také tím dítě podporujeme svým zájmem o ně.
- f) Vyvarovat bychom se také měli opakováním stereotypů o účincích a funkcích médií, protože se často nezakládají na pravdě a není vhodné je dětem opakovat.
- g) Ačkoliv jsme pravidelní čtenáři, posluchači, diváci nebo surfaři po internetu, ani toto z nás nedělá experty, kteří musí rozumět i dětskému vnímání a chápání médií.
- h) Uvědomit si musíme, že děti samotné jsou vnímavé a aktivní i vůči médiím, mnoho toho poznají, pochopí a zvládnou samy, zapomínat ale nesmíme na to, že i tyto děti občas potřebují vedení nebo pomocnou ruku.
- i) Pokud si rodič není jistý, jak mediální výchovu v rodině vést, existuje řada opatření, která rodičům mohou pomoci. Často si tato opatření ani nemusí sami rodiče vybavit – patří k nim například věková doporučení o vhodnosti u filmu či počítačových her, filtrování obsahu internetu, a podobně.
- j) Rodič, který je mediálně gramotný (tedy rozumně, kriticky zacházející s médii) má lepší šanci rozvíjet mediální gramotnost u svých dětí (Sloboda, 2013).

Ať už mediální výchova je zahrnuta v rámci školy, nebo není, jsou určité možnosti, jak sami rodiče mohou svým dětem základy mediální výchovy předat v rodinném prostředí. Bylo by ale také žádoucí, aby i školy mediální výchovu začaly zahrnovat do své výuky efektivněji a mediální gramotnost se u dětí rozvíjela i v rámci povinné školní docházky.

Na teoretickou část nyní navazuje část praktická, ve které budou zpracovány a vyhodnoceny výsledky výzkumu, dále bude uvedena interpretace výsledků výzkumu a jako poslední závěr celé bakalářské práce, který zahrnuje doporučení pro praxi.

II. PRAKTICKÁ ČÁST

4 DESIGN VÝZKUMU

Praktická část bakalářské práce se zabývá otázkou, jaký názor mají rodiče na ovlivňování rodinných vztahů médii. Jednalo se o subjektivní názory samotných rodičů na tuto problematiku.

Výzkumný problém

Jaký je názor rodičů na ovlivňování rodinných vztahů médii?

Výzkumné cíle

Hlavní cíl se zaměřuje na ovlivňování rodinných vztahů médii pohledem rodičů. Dílčí cíle se poté zaměřují podrobněji na další oblasti, které se týkají rodiny a médií.

Dílčími cíle tedy jsou:

- a. Zjistit názor rodičů na média.
- b. Zjistit názor rodičů na využívání médií dětmi.
- c. Zjistit způsoby nahrazování médií v rodině.

Výzkumné otázky

Výzkumné otázky vycházejí ze stanovených cílů:

- a. Jaký je názor rodičů na média?
- b. Jaký je názor rodičů na využívání médií dětmi?
- c. Jakými způsoby se snaží rodiče média nahrazovat?

4.1 Výzkumný soubor

Výzkumný soubor byl vybrán z poloviny záměrně, tvořili jej rodiče žáků 6. - 8. tříd 1. základní školy Holešov. Celkový počet respondentů byl 87, z toho 37 respondentů tvořili rodiče dětí ze základní školy a zbylých 50 respondentů byl náhodný výběr.

4.2 Metoda a realizace výzkumu

Výzkum byl realizovaný za pomoci dotazníkového šetření. „*Dotazník je způsob písemného kladení otázek a získávání písemných odpovědí*“ (Gavora, 2000, s. 99). Dotazník obsahoval celkem 31 otázek, začátek dotazníku tvořily otázky zaměřené na demografické údaje a následně se otázky zaměřovaly na otázky výzkumné. Otázky dotazníku byly uzavřené a polouzavřené.

Předvýzkum byl prováděn na náhodném výběru respondentů, pro ověření, zda respondenti otázkám v dotazníku rozumí a nedělá jim tedy problém dotazník vyplnit během krátké časové doby bez komplikací. Respondenti neměli problém dotazník vyplnit a otázkám bez problému rozuměli.

Poté dotazníky byly rozdány dětem během vyučování, které měly za úkol rodičům dotazníky předat. Celkem jich na jedné ze základních škol v Holešově bylo rozdáno 120, návratnost byla 72 dotazníků, použito však mohlo být pouze 37 dotazníků z důvodu špatného či neúplného vyplnění. Dotazníků pro náhodný výběr bylo rozdáno 55, návratnost byla 50 dotazníků, z nichž všechny byly řádně vyplněny a mohly být tedy použity v rámci výzkumu.

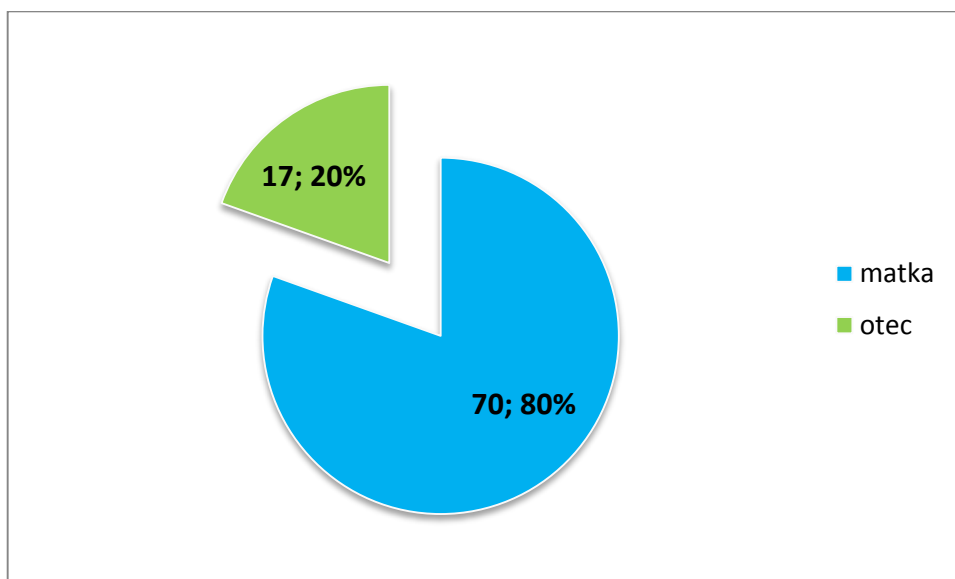
5 ANALÝZA A INTERPRETACE VÝSLEDKŮ

Nyní se dostáváme k části, ve které jsou zpracovány údaje z dotazníkového šetření. Dotazníky byly vyhodnocovány pomocí čárkovací metody. Následně byly údaje přeneseny a zpracovány pomocí grafického zobrazení v podobě výsečových grafů.

Dotazník začíná demografickými otázkami, které uvádí, zda se jedná o matku či otce, jaký je jejich věk, jejich dosažené vzdělání, kolik dětí mají v rodině a jaký je věk jejich dítěte/děti.

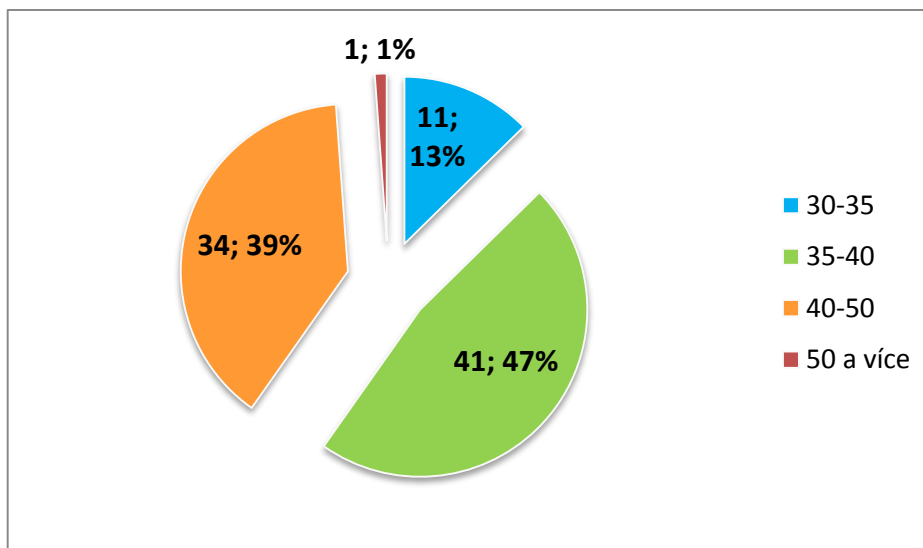
5.1 Demografické otázky

Otázka č. 1: Jste?



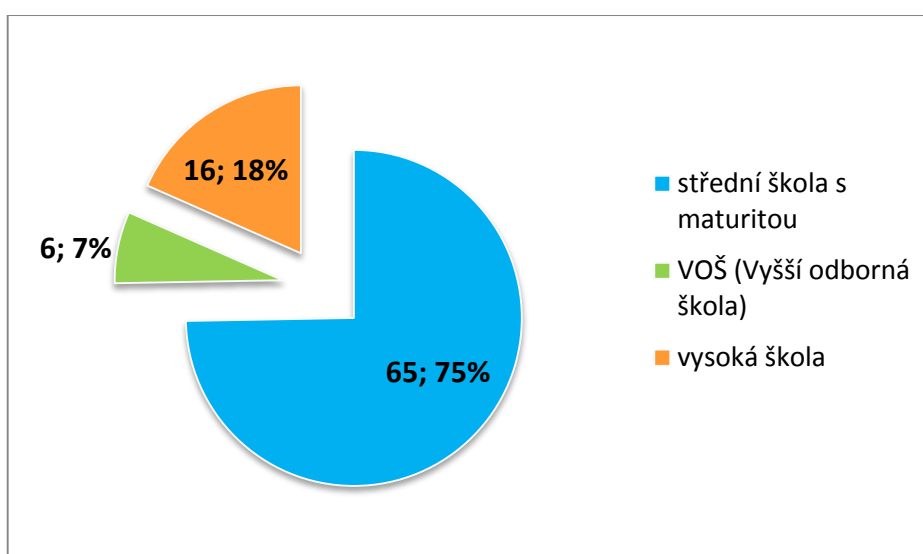
Graf 1 Rozdělení respondentů podle pohlaví

Dotazníkového šetření se zúčastnilo celkem 87 respondentů, z nichž 70 respondentů (80%) byly matky a zbylých 17 respondentů (20%) tvořili otcové.

Otázka č. 2: Jaký je Váš věk?

Graf 2 Rozdělení respondentů podle věkových skupin

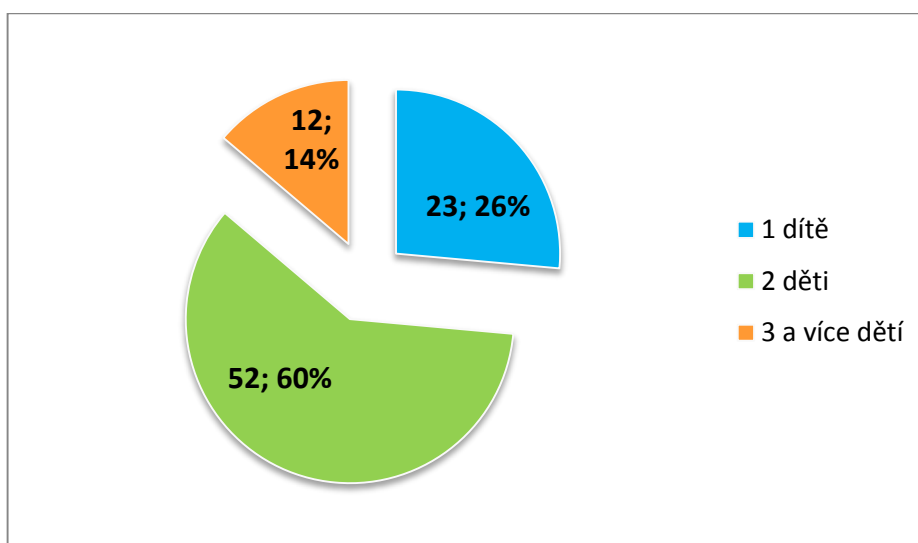
Z otázky, která zjišťovala věk respondentů (matek a otců), vyplývá, že se dotazníkového šetření zúčastnilo ve věkové kategorii „30-35 let“ celkem 11 respondentů (13%). Ve věkové kategorii „35-40 let“ celkem 41 respondentů (47%), kategorie „40-50 let“ celkem 34 respondentů (39%) a v kategorii „50 a více let“ pouze jediný respondent (1%).

Otázka č. 3: Vaše dosažené vzdělání?

Graf 3 Vzdělání respondentů

Z celkového počtu 87 respondentů podle otázky č. 3, která zjišťovala dosažené vzdělání respondentů, vyplývá, že nejvíce respondentů, celkem 65, má „středoškolské vzdělání s maturitou“ (75%), s výjimkou několika respondentů, kteří uvedli dosažené vzdělání středoškolské bez maturity. „Vyšší odbornou školu“ má celkem 6 respondentů (7%) a „vysokou školu“ celkem 16 respondentů (18%).

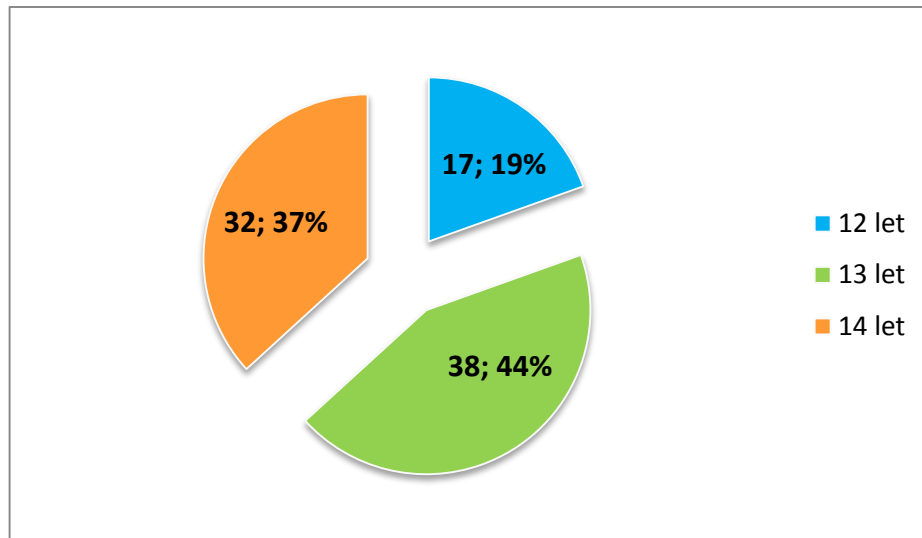
Otázka č. 4: Počet dětí v rodině?



Graf 4 Počet dětí v rodině

Z výše uvedeného grafu vyplývá, že dotazovaní respondenti ve svých rodinách mají nejčastěji „2 děti“, odpovědělo tak 52 respondentů (60%). „1 dítě“ v rodině má 23 respondentů (26%) a „3 a více dětí“ má pouze 12 respondentů (14%).

Otázka č. 5: Věk Vašeho/Vašich dětí?

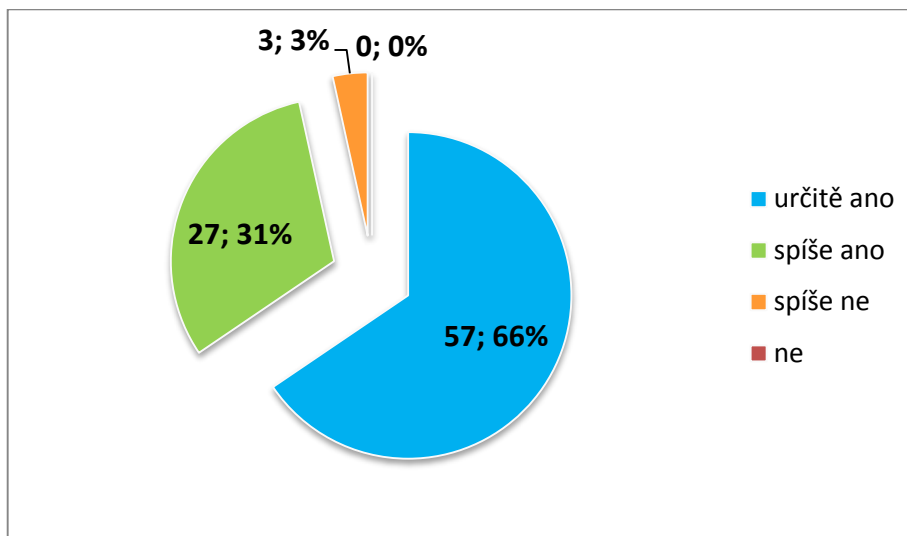


Graf 5 Věk dítěte/děti

Dotazníky byly rozdány především rodičům, v jejichž rodině bylo dítě od 12-14 let. Z 87 respondentů uvedlo 38 respondentů (44%), že mají dítě ve věku „13 let“. Dále potom 32 respondentů (37%) uvedlo, že mají dítě ve věku „14 let“ a zbylých 17 respondentů (19%) ve věku „12 let“.

5.2 Otázky zaměřené na výzkumné otázky

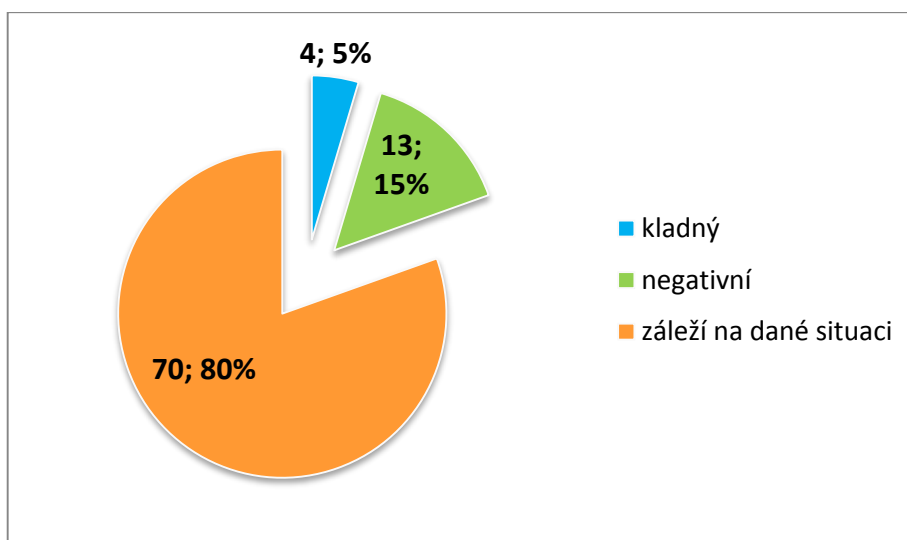
Otázka č. 6: Víte, co to jsou média?



Graf 6 Znalost respondentů o médiích

Na otázku č. 6 měli respondenti uvést, zda ví, co znamená pojem média. Z celkového počtu 87 respondentů jich 57 (66%) uvedlo, že určitě ví, co pojem znamená. Odpověď „spíše ano“, uvedlo 27 respondentů (31%) a na odpověď „spíše ne“ odpověděli pouze 3 respondenti (3%). Odpověď „ne“ nevolil žádný z dotazovaných respondentů.

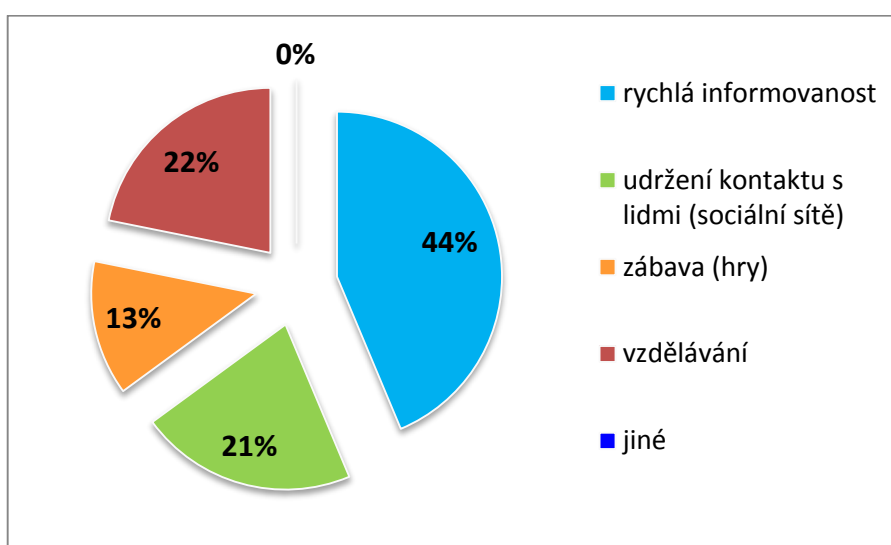
Otázka č. 7: Jaký názor máte na média?



Graf 7 Názor respondentů na média

Respondenti se také měli vyjádřit, jaký názor mají na média, a z výše uvedeného vyplývá, že pouze 4 respondenti (5%) mají „kladný“ vztah k médiím, „negativní“ vztah má celkem 13 respondentů (15%). Nejčastěji respondenti uváděli, že jejich názor na média „záleží na dané situaci“, tuto možnost si zvolilo celkem 70 respondentů (81%).

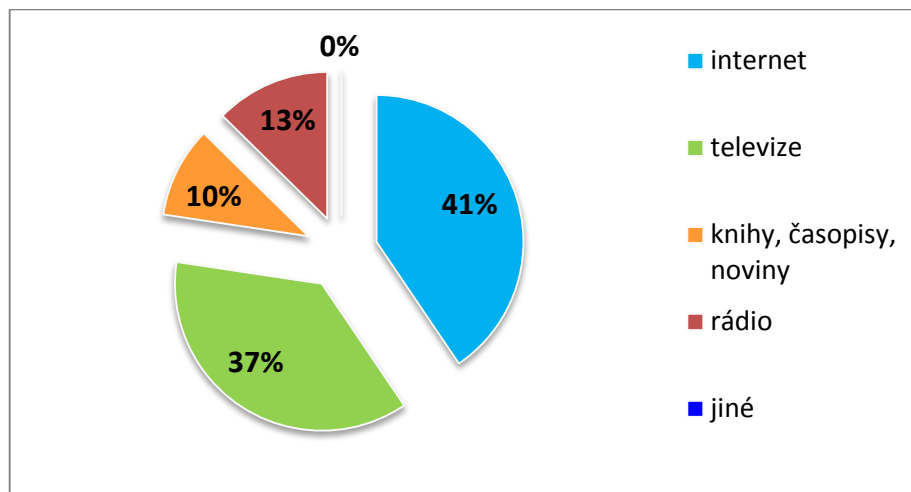
Otázka č. 8: Jaké vlastnosti považujete u médií za nejvíce kladné? (Vyberte prosím 2 odpovědi)



Graf 8 Kladné vlastnosti médií podle respondentů

Na otázku č. 8 mohli respondenti vybrat 2 možné odpovědi. Z grafu můžeme vypočítat, že respondenti shledávají nejvíce kladnými vlastnostmi médií „rychlou informovanost“, tuto možnost zvolilo celkem 44% respondentů, druhá kladná vlastnost médií je podle respondentů „vzdělávání“, tuto možnost zvolilo celkem 22% z nich. 21% dále uvádí, že kladná vlastnost médií je podle nich také v „udržení kontaktu s lidmi (sociální sítě)“ a nejméně kladnou shledali „zábava (hry)“, pro tuto možnost se rozhodlo 13% respondentů. Možnost „jiné“ nevyužil nikdo z dotazovaných respondentů.

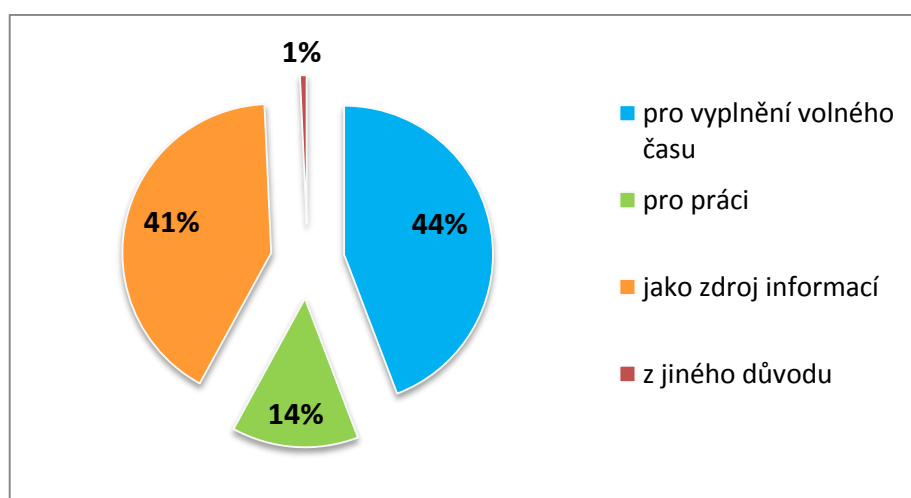
Otázka č. 9: Jaká média jsou ve Vaší rodině využívány nejvíce? (Možnost více odpovědí)



Graf 9 Nejvíce využívaná média v rodině podle respondentů

U otázky č. 9, kde respondenti odpovídali, které médium jejich rodina využívá nejvíce, mohli zvolit více možností. Nejčastěji respondenti volili dvě možnosti, z nichž se jednalo o odpovědi, že nejčastěji využívá rodina „internet“, s celkovým počtem (40% respondentů) a „televize“ s počtem (37% respondentů). Na třetí místo 13% respondentů uvedlo, že rodiny nejvíce využívají „rádio“ a 10% respondentů na čtvrtém místě uvádí „knihy, časopisy a noviny“. Možnosti „jiné“ nevyužil nikdo z dotazovaných respondentů.

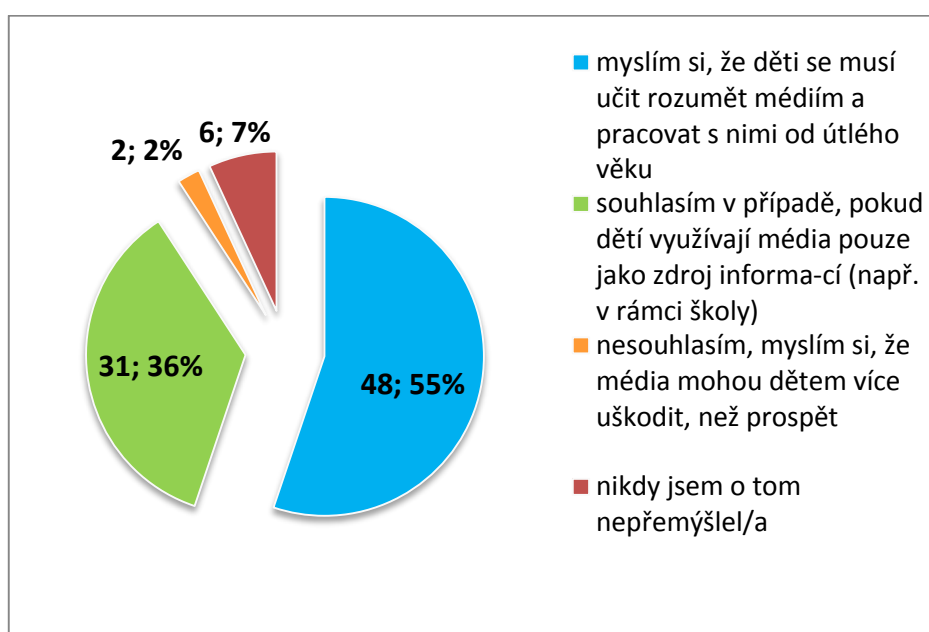
Otázka č. 10: Z jakého nejčastějšího důvodu využívá Vaše rodina média? (Možnost více možností)



Graf 10 Důvody využívání médií v rodině podle respondentů

Otázka č. 10 měla zmapovat, z jakého nejčastějšího důvodu rodina využívá média s možností respondentů uvést více možností. 44% respondentů uvádí, že rodiny nejvíce využívají média „pro vyplnění volného času“, 41% respondentů na druhém místě uvádí, že jsou média rodinami využívány „jako zdroj informací“ a 14% respondentů využívá v rodině média „pro práci“. U možnosti „z jiného důvodu“ bylo v jednom případě uvedeno, že rodina média využívá mimo jiné média i „pro vzdělání“.

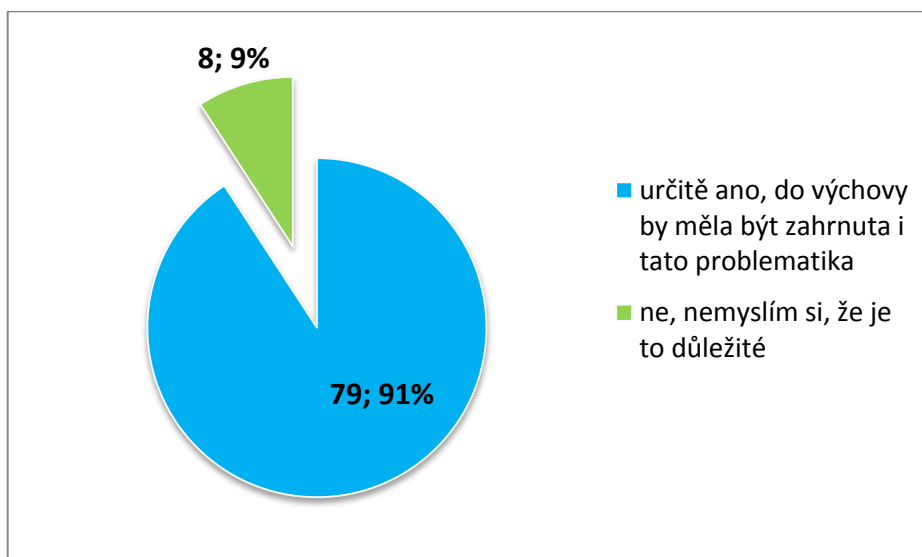
Otázka č. 11: Co si myslíte o využívání médií dětmi?



Graf 11 Využívání médií dětmi pohledem respondentů

Otázka č. 11 měla zjistit názor respondentů (rodičů) na využívání médií dětmi. Celkem 48 respondentů (55%) se domnívá, že média by děti měla provázet „od útlého věku“, kdy se s nimi děti učí pracovat. Druhou nejpočetnější odpověď tvořil názor, že děti mají média využívat pouze „jako zdroj informací, například v rámci školy“. Tuto možnost zvolilo celkem 31 respondentů (36%). 6 respondentů (7%) uvedlo, že nad danou problematikou „nikdy nepřemýšlelo“ a pouze 2 respondenti (2%) jsou názoru, že média mohou dětem „více uškodit, než prospět.“

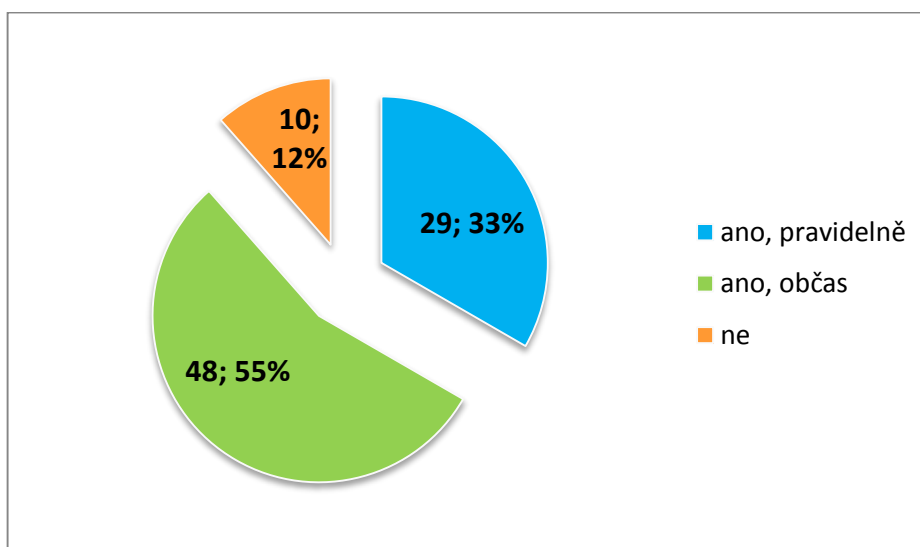
Otázka č. 12: Přejde Vám vhodné (důležité) s dětmi mluvit o tom, co to jsou média, jak s nimi pracovat a jaký vliv média mohou mít?



Graf 12 Důležitost informování dětí o médiích

U otázky č. 12 bylo cílem, aby se rodiče zamysleli nad tím, zda je vhodné s dětmi o médiích mluvit a seznamovat je s nimi. Až 79 respondentů (91%) se shodlo na tom, že by bylo „určitě vhodné tuto problematiku do výchovy zařadit“, pouhých 8 respondentů (9%) se „nedomnívá, že by tato problematika do výchovy měla být zahrnuta“.

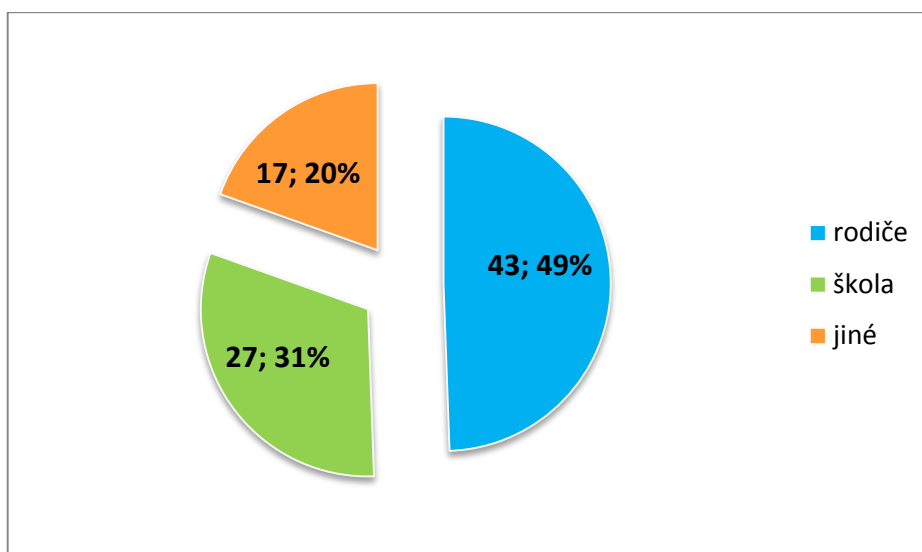
Otázka č. 13: Informujete Vy své dítě/děti o vlivu médií?



Graf 13 Informování dětí o vlivech médií rodiči

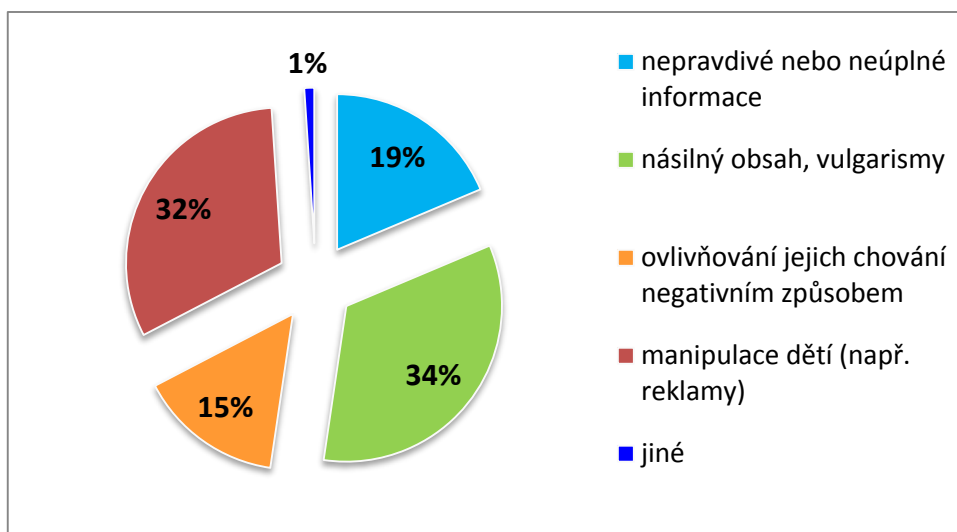
O tom, zda rodiče informují své děti o vlivu médií, nám uvádí otázka č. 13. Ukazuje se, že „občas“ své děti informuje celkem 48 respondentů (55%), „pravidelně“ potom 29 respondentů (33%) a 10 respondentů (12%) své děti o vlivu médií „neinformují“.

Otázka č. 14: Kdo by podle Vás měl především děti o vlivu a práci s médii informovat?



Graf 14 Informování dětí o vlivech médií

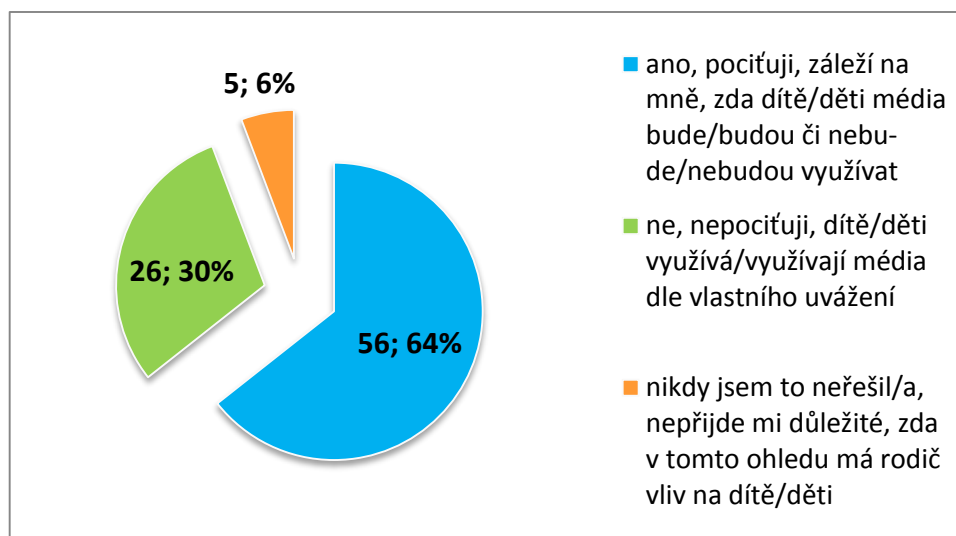
Otázka č. 14 zjišťovala, kdo by podle rodičů měl především o vlivech médií děti informovat. Téměř 50% (49%) zvedlo, že „rodiče“ mají být těmi, kteří své děti o vlivu médií informují. 27 respondentů (31%) se domnívá, že tato problematika by měla být rozebírána ve „škole“ a 17 respondentů (20%) zvolilo možnost „jiná“, kde se všichni shodli na tom, že „rodiče i škola“ by tuto problematiku měli s dětmi řešit.

Otázka č. 15: Co nejvíce Vám vadí na využívání médií dětmi? (Možnost více odpovědí)

Graf 15 Využívání médií dětmi podle respondentů

U otázky č. 15 bylo cílem zjistit, co nejvíce respondentům vadí na využívání médií dětmi, s možností uvedením více odpovědí. Na základě grafu můžeme uvést, že nejvíce 34% a 32% respondentům nejvíce vadí, že média zobrazují „násilný obsah, vulgarismy“ a „manipulují dětmi“. Dále poté 19% a 15% respondentům vadí „nepravdivé nebo neúplné informace“ a „ovlivňování jejich chování negativním způsobem“. 1% respondentům uvedlo možnost „jiné“, kde rodiče uvedli z vlastní iniciativy odpovědi jako „časem dochází k otupělosti – spousta televizních pořadů je pouhé „vymývání mozků“, bohužel i těch dětských“, uvádí jedna maminka. Druhou odpověď uvedl otec, který uvedl „málo pozitivních vzorů, mentorů.“

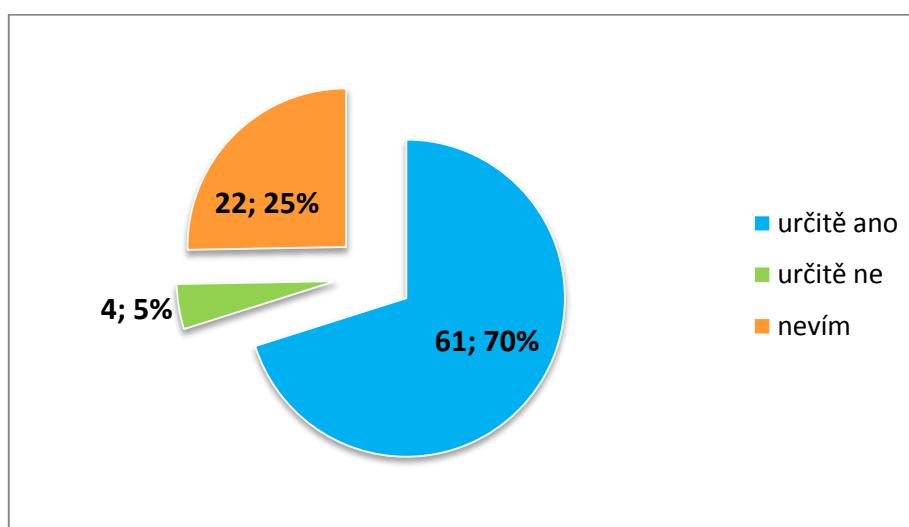
Otázka č. 16: Pociťujete vliv na dítě/děti ohledně jeho/jejich využívání médií?



Graf 16 Vliv rodičů na děti ohledně využívání médií

Respondentům byla také položena otázka, zda pociťují vliv na dítě/děti ohledně využívání médií. Celkem 56 respondentů (64%) uvedlo, že vliv na dítě v tomto směru „pociťují, protože záleží na nich, kdy dítě média bude využívat“. 26 respondentů (30%) uvedlo, že vliv „nepociťují a děti si média využívají dle vlastního uvážení“. Zbýlých 5 respondentů (6%) o tomto „nikdy nepřemýšlelo a nepřijde jim důležité, aby na dítě v tomto směru měli vliv“.

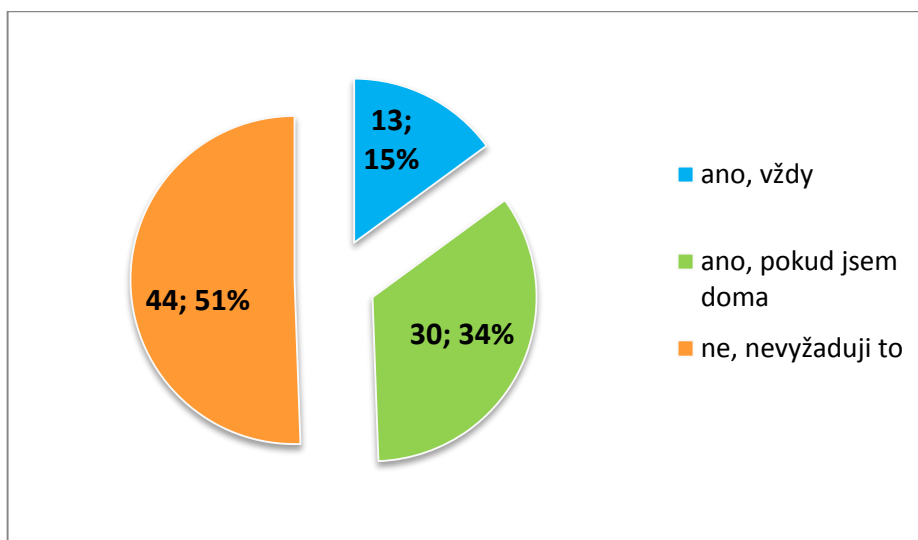
Otázka č. 17: Myslíte si, že je správné, aby rodič měl na dítě vliv ohledně využívání médií?



Graf 17 Vliv rodičů na děti ohledně využívání médií

O tom, zda na dítě má mít rodič vliv ohledně médií a jejich využívání se shodlo celkem 61 respondentů (70%) pro odpověď „určitě ano“. Odpověď „nevím“ zvolilo 22 respondentů (25%). Celkem 4 respondenti (5%) se domnívají, že by rodiče v tomto směru neměli mít na dítě žádný vliv, zvolili tedy odpověď „určitě ne“.

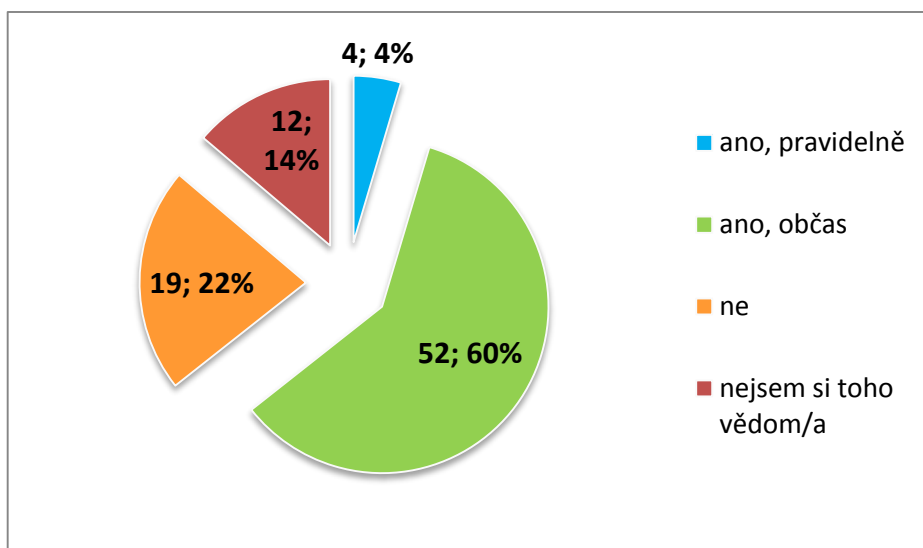
Otázka č. 18: Musí se Váš dítě/děti ptát, zda může/můžou média využívat?



Graf 18 Autorita rodičů nad využíváním médií dětmi

Otázka č. 18 nám udává, na kolik jsou média dětem volně přístupná a na kolik nikoliv. Celkem 44 respondentů (50,6%) uvádí, že po svých dětech nevyžadují, aby se jich ptali, zda média mohou či nemohou využívat. U 30 respondentů (34,5%) se děti svých rodičů musejí ptát na využití médií v případě, že rodiče jsou přítomni doma a u 13 respondentů (14,9%) se děti musejí ptát rodičů vždy.

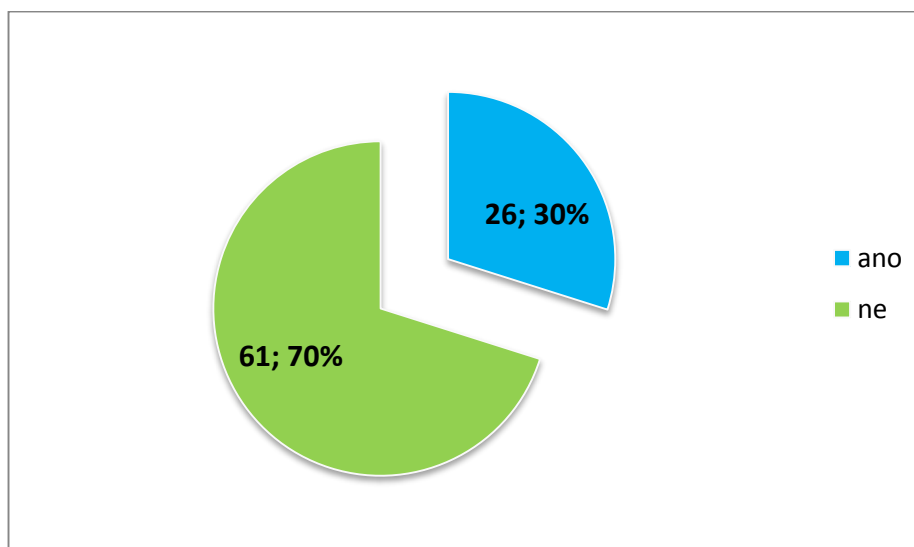
Otázka č. 19: Vznikají mezi Vámi a dítětem/děťmi spory ohledně využívání médií?



Graf 19 Spory ohledně využívání médií

Otázka č. 19 zkoumala, jestli se mezi rodičem a dětmi vyskytují spory ohledně využívání médií. V 52 případech (59,8%) se spory o využívání médií vyskytují „občas“. Možnost „ano, pravidelně“ zvolili celkem 4 respondenti (4,6%). 19 respondentů (21,8%) poté volilo odpověď „ne“ a 12 respondentů (13,8%) odpověď, že si „nejsou vědomi“ takového sporu.

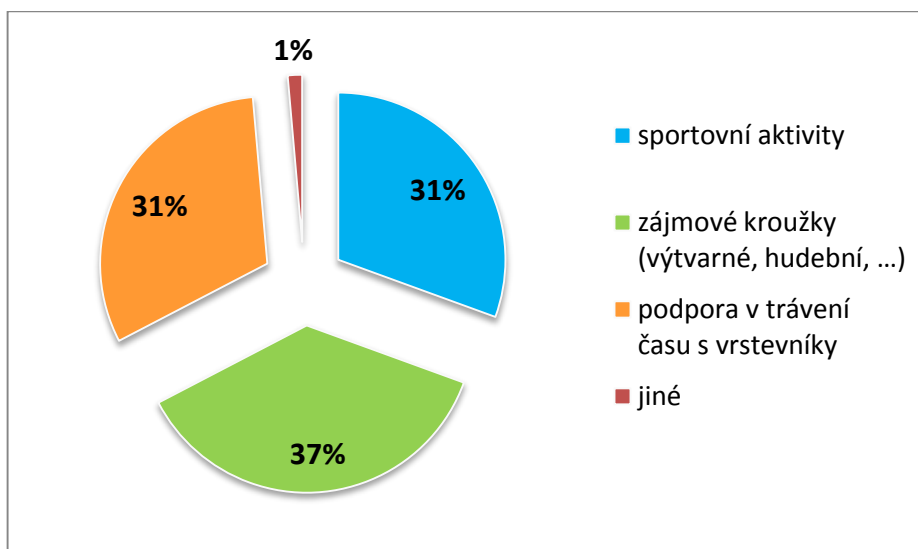
Otázka č. 20: Snažíte se dítěti/dětem nějaké médium omezit více, než jiná média?



Graf 20 Omezení médií dětem

U otázky č. 20 bylo cílem zjistit, zda rodiče omezují dětem nějaké médium, popřípadě jaké médium. 61 respondentů (70,1%) uvedlo, že se dětem „nesnaží“ nějaké médium omezit, zatímco 26 respondentů (29,9%) uvedlo, že nejčastěji se snaží dítěti „omezit internet“ a jako druhé médium nejčastěji „televizi“.

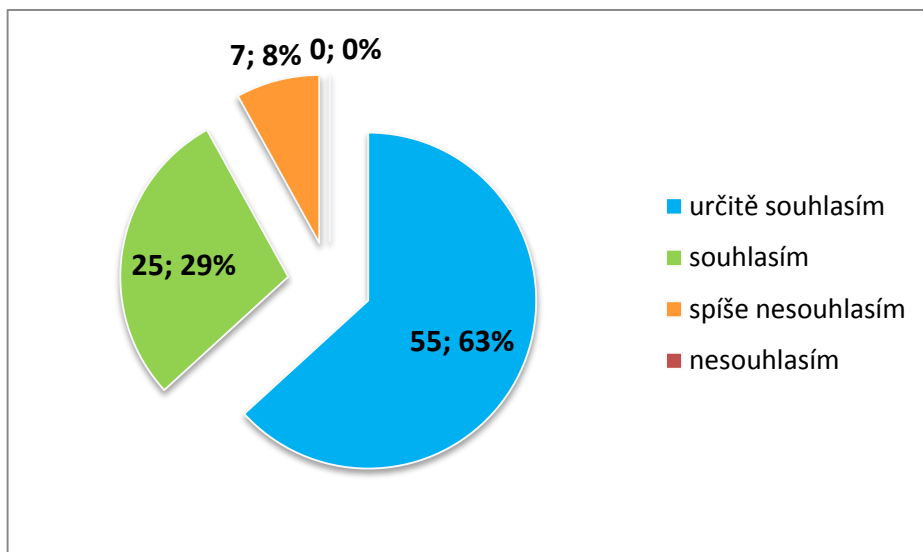
Otázka č. 21: Jakými způsoby dítěti/dětem nahrazujete média?



Graf 21 Způsoby nahrazování médií dětem

U otázky č. 21 měli respondenti možnost uvést více možností odpovědi. Můžeme zhodnotit, že respondenti se snaží dětem média nahradit nejvíce „zájmovými kroužky (výtvarné, hudební, ...)“, s počtem 53 (36,8%), „podporou v trávení volného času s vrstevníky“, s počtem 45 (31,3%) nebo „sportovními aktivitami“, s počtem 44 (30,6%). Možnosti „jiné“ s počtem 2 (1,4%) dětem média nahrazují například „péčí o zvířata“ nebo „se rodič věnuje dítěti“.

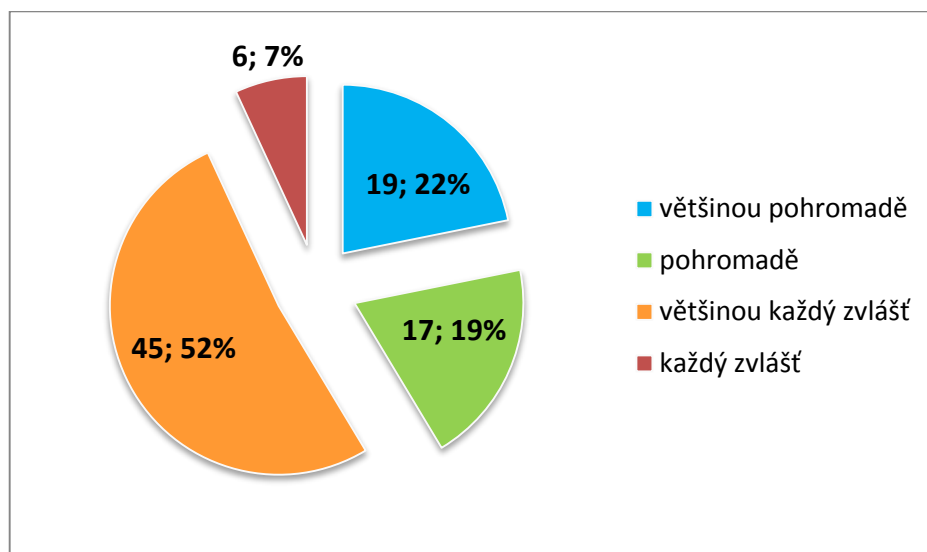
Otázka č. 22: Myslíte si, že společně strávený čas je pro rodinu důležitý?



Graf 22 Důležitost společně stráveného času v rodině

Nadpoloviční většina, 55 respondentů (63,2%), se u otázky zkoumající, jestli je společně strávený čas pro rodinu důležitý, shodla v odpovědi „určitě souhlasím“. Dále potom 25 respondentů (28,7%) uvedlo odpověď „souhlasím“ a odpověď „spíše nesouhlasím“ zvolilo 7 respondentů (8%). Žádný z dotazovaných respondentů neuvedl odpověď „nesouhlasím“.

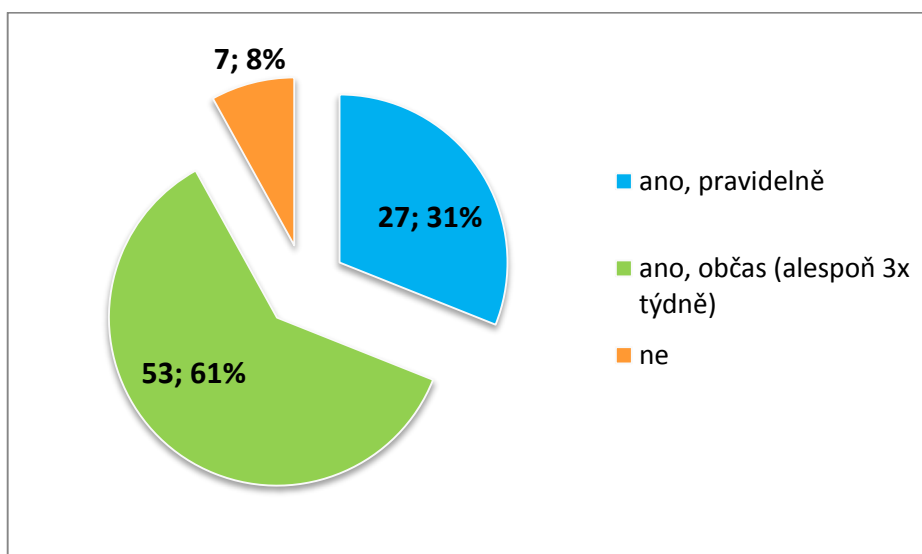
Otázka č. 23: Tráví Vaše rodina společný čas u médií pohromadě nebo každý zvlášť?



Graf 23 Společně strávený čas rodiny s médii

Na základě výše uvedených informací můžeme říci, že rodiny většinou netráví společný čas u médií. 45 respondentů (51,7%) uvedlo, že tráví členové rodiny čas u médií „většinou každý sám“. Druhá nejpočetnější odpověď byla uvedena „většinou pohromadě“, celkem ji uvedlo 19 respondentů (21,8%). „Pohromadě“ poté 17 respondentů (19,5%) a odpověď „každý zvlášť“ 6 respondentů (6,9%).

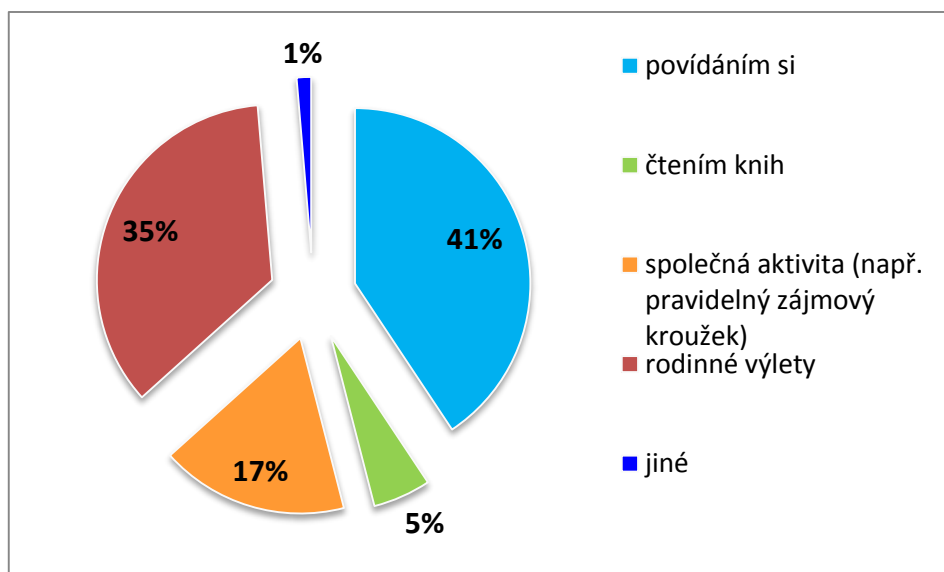
Otázka č. 24: Snaží se Vaše rodina také trávit společný čas bez médií?



Graf 24 Společný čas rodiny strávený bez médií

Otázka č. 24 zjišťovala, jak často spolu rodina tráví čas bez médií. 53 respondentů (60,9%) se snaží trávit čas s rodinou bez médií „alespoň 3x týdně“. 27 respondentů (31%) se o to snaží „pravidelně“ a celkem 7 respondentů (8%) se bez médií „nesnaží trávit čas“.

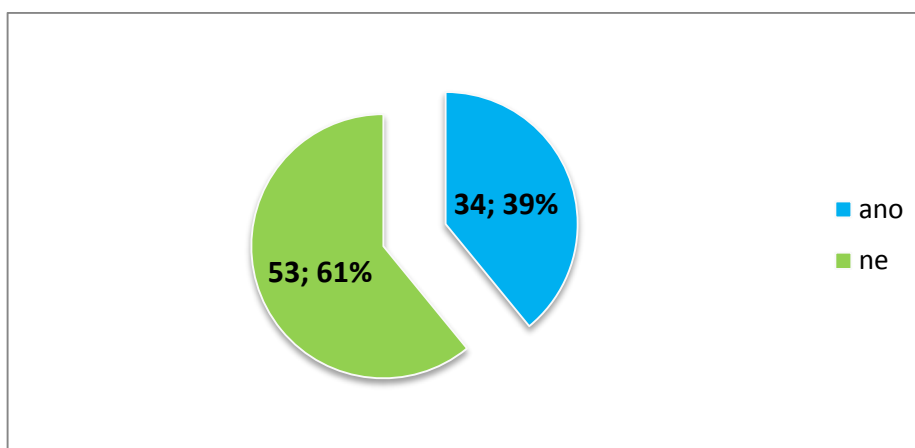
Otázka č. 25: Pokud ano, jakým způsobem? (Možnost více odpovědí)



Graf 25 Strávený čas rodiny bez médií

Jak se snaží rodiny trávit čas bez médií, zjišťovala otázka č. 25, u které měli respondenti možnost více odpovědí. Nejvíce, 41% respondentů, se snaží trávit čas bez médií „povídáním si“, celkem 35% respondentů „rodinnými výlety“, dále pak 17% respondentů uvádí možnost „společnými aktivitami (například zájmovým pravidelným kroužkem)“ a 5% respondentů uvedlo „čtením knih“. V možnosti „jiné“, s počtem 2 (1,3%), byly uvedeny „společenské hry a kina (kreslené pohádky)“.

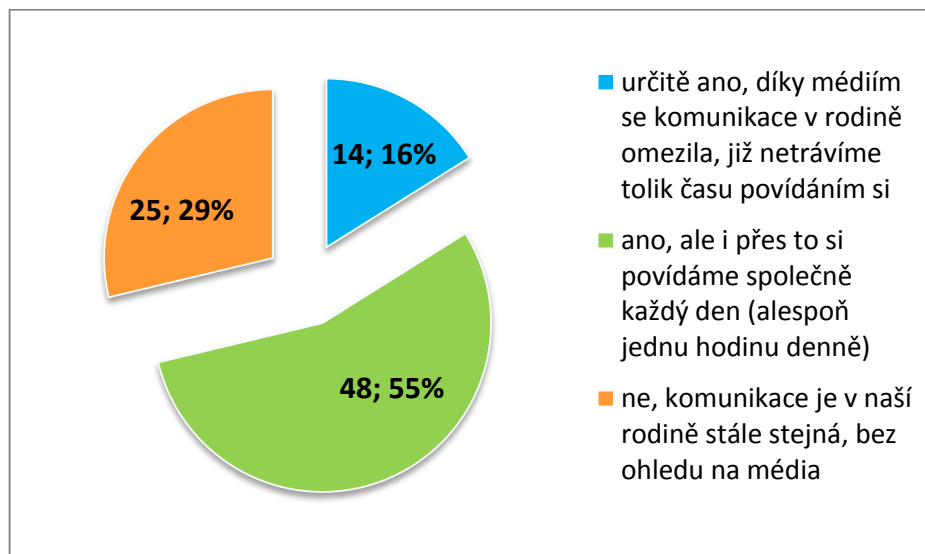
Otázka č. 26: Pokud ne, dá se říci, že za to mohou z větší části média?



Graf 26 Vliv médií na společně strávený čas rodiny

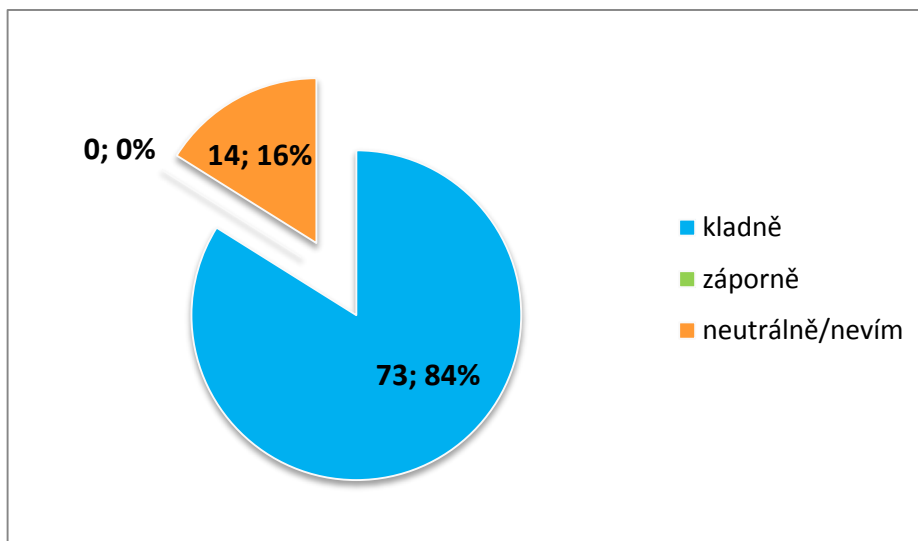
Jestliže rodina společně netráví čas, na základě výzkumu můžeme konstatovat, že důvodem, proč spolu čas netráví, nejsou ve většině případů média. Z počtu 87 respondentů uvedlo celkem 53 respondentů (61%), že média za společně nestrávený čas „nemohou“. 34 respondentů (39%) uvádí, že média za to „mohou“.

Otázka č. 27: Můžete říci, že komunikace ve Vaší rodině je díky využívání médií narušená?



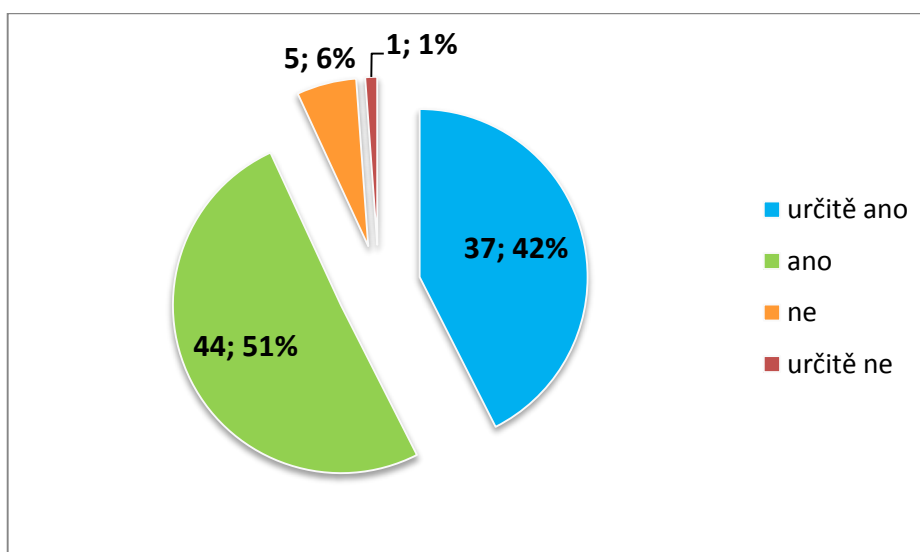
Graf 27 Vliv médií na komunikaci v rodině

Na základě otázky č. 27 můžeme konstatovat, že komunikace v rodině se díky médiím změnila, ale stále ne výrazným způsobem, aby mezi členy rodiny komunikace neprobíhala vůbec. Pro tuto možnost se rozhodlo celkem 48 respondentů (55%). Výraznou změnu v komunikaci díky médiím zaznamenalo 14 respondentů (16%), zatímco 25 respondentů (29%) uvádí, že se komunikace v rodině i přes využívání médií nijak nezměnila.

Otázka č. 28: Jak hodnotíte vztahy ve Vaší rodině?

Graf 28 Vztahy v rodině

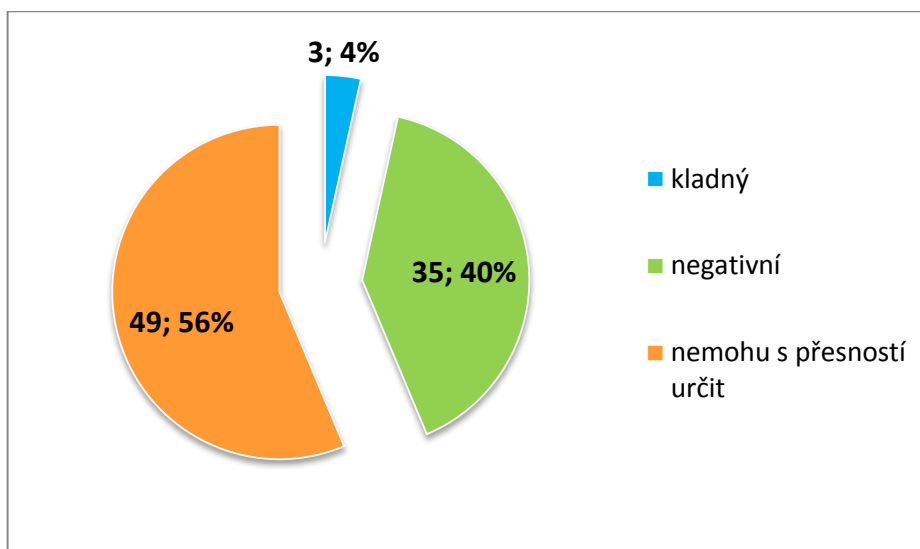
Z 87 dotázaných respondentů vnímá celkem 73 respondentů (83,9%) své vztahy v rodině „kladně“. 14 respondentů (16,1%) vnímá vztahy v rodině „neutrálně“, nicméně žádný dotázaný respondent neodpověděl, že by vnímal vztahy v rodině „záporně“.

Otázka č. 29: Myslíte si, že média mohou mít vliv na rodinu?

Graf 29 Vliv médií na rodinu

O názorech na vliv médií na rodinu se celkem 44 respondentů (50,6%) domnívá, že média mohou na rodinu mít vliv, zvolilo tedy možnost „ano“. Možnost „Určitě ano“ zvolilo 37 respondentů (42,5%), je to tedy druhá nejpočetnější odpověď. S možností „ne“ souhlasilo celkem 5 respondentů (5,7%) a s možností „určitě ne“ si je jistý 1 respondent (1,1%).

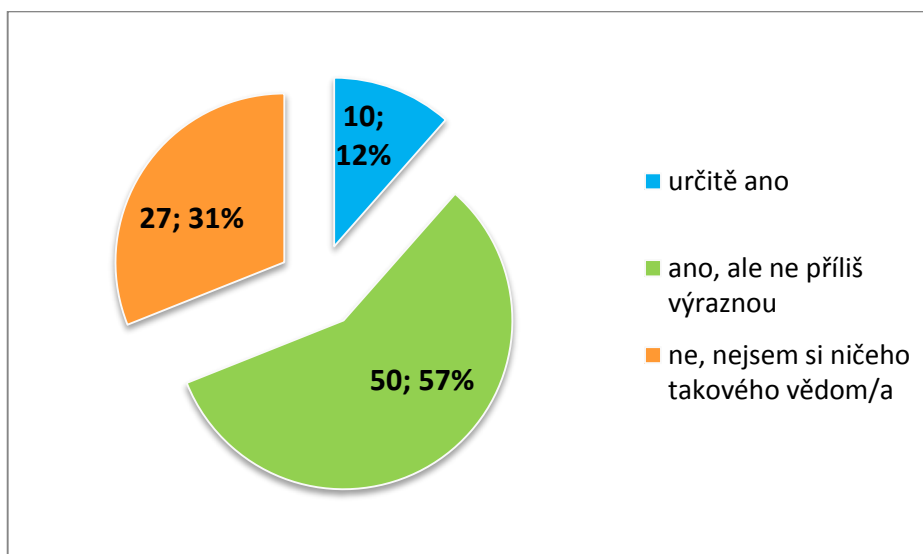
Otázka č. 30: Pokud ano, jaký je to podle Vás vliv?



Graf 30 Vliv médií na rodinu

O negativním vlivu médií na rodinu se domnívá 35 respondentů (40,2%), zatímco kladný vliv spatřují pouze 3 respondenti (3,4%). Nejpočetnější odpověď však tvořila možnost „nemohu s přesností určit“, na kterou odpovědělo celkem 49 respondentů (56,3%). Někteří respondenti také ze své vlastní vůle zaznamenali, pod nabízené odpovědi, že se domnívají, že vliv může být „kladný i negativní“.

Otázka č. 31: Pociťujete v průběhu času nějakou změnu mezi vztahy ve Vaší rodině díky využívání médií?



Graf 31 Vliv médií na vztahy v rodině

Poslední dotazníková otázka zjišťovala, zda samotní respondenti pociťují nějakou změnu mezi členy ve své rodině a vzájemnými vztahy. Celkem 50 respondentů (57%) se domnívá, že mezi vztahy v rodině nepozorují i přes možný vliv médií „žádné změny“. Dalších 27 respondentů odpovědělo, že „změnu mezi vztahy vlivem médií pociťují, ne však příliš výraznou“. Zbýlých 10 respondentů (12%) poté uvádí, že „změnu mezi vztahy určitě pociťují.“

6 VYHODNOCENÍ VÝZKUMNÝCH OTÁZEK

V této podkapitole na základě analýzy dat zodpovíme výzkumné otázky, které jsme si na začátku výzkumu stanovili. Nejprve se zaměříme na dílčí výzkumné otázky a jako poslední uvedeme zodpovězení na hlavní výzkumnou otázku celé práce.

První dílčí výzkumná otázka zjišťovala, jaký názor mají rodiče na média obecně. Na základě dotazníkových otázek č. 6., 7. a 8. můžeme konstatovat následující. Rodiče jsou si vědomi toho, co ve skutečnosti pojem média znamená. Jaký přesný názor rodiče na média mají, se zjistit zcela jasně nepodařilo. Nejvíce se shodovali v odpovědi, že na média mají názor podle dané situace, nikoliv že mají přesně vymezený kladný, či naopak negativní názor. Na základě 8. otázky můžeme doplnit, že za nejvíce kladné vlastnosti médií se respondenti shodli na rychlé informovanosti médií a vzdělávání prostřednictvím médií. Celkově tedy můžeme zhodnotit, že ačkoliv respondenti nemají jednoznačný názor na média, jsou i přesto schopni zhodnotit jejich kladné vlastnosti. Negativní vlastnosti nebyly zkoumány z důvodu častého dotazování respondentů na tuto otázku.

Druhá dílčí otázka se zabývala, jaký názor mají rodiče na využívání médií dětmi. Na tuto otázku nám pomůže odpovědět většina dotazníkových otázek, přesněji otázky č. 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17 a 18. Na základě otázky č. 11 se dozvídáme, že rodiče zastávají nejčastěji názor, aby děti média využívala i naučila se jim rozumět již od útlého věku, shodují se také na tom, že je potřebné děti o vlivu médií a jak s nimi mají pracovat informovat a zahrnutou tuto problematiku do výchovy, nicméně však dále můžeme konstatovat, že rodiče tak do jisté míry nečiní. Na základě dalších otázek se rodiče přikláněli nejčastěji k odpovědi, že své děti informují o médiích pouze okrajově, ačkoliv zastávají názor, že rodiče jsou především těmi, kteří by tuto problematiku měli dětem objasnit. Dále také můžeme uvést, že samotní rodiče na své děti mají stále ještě vliv, co se týče využívání médií dětmi, protože většina zastává názor, že je potřebné, aby rodič na dítě v tomto ohledu vliv měl. I přes to, že rodiče zastávají tento názor, následující otázka nám objasňuje, že rodiče u svých dětí nevyžadují souhlas k používání médií. Nejčastěji rodičům na využívání médií dětmi vadí násilný obsah v médiích, na který jsme poukazovali v teoretické části práce, a manipulace dětí médii. Můžeme tedy říci, že ačkoliv rodiče zastávají určitý názor, v praxi ho, ať už vědomě, či nevědomě, neuplatňují.

Poslední, třetí, dílčí otázka zjišťovala, jakými způsoby se rodina snaží média v rodině nahradit. K zodpovězení této dílčí otázky nám poslouží dotazníkové otázky č. 20, 21, 22, 23,

24, 25, 26, 27, 28 a 29. Shrnout opět můžeme, že se respondenti shodli na tom, že společně strávený čas pro rodinu je důležitý. Rodiny se snaží společný čas trávit bez médií alespoň 3x týdně různými aktivitami, jako je vymezení času na povídání si nebo rodina věnuje čas rodinným výletům. Rodiče se dětem média snaží nahradit například podporováním ve sportovních aktivitách, v trávení volného času s vrstevníky nebo v různých zájmových kroužcích. Pokud rodinní příslušníci využívají nějaké médium, využívají jej o samotě a společně strávený čas rodiny se tedy snižuje, nicméně respondenti uvádí, že pokud rodina společně netráví čas pohromadě, média nejsou důvodem, proč tomu tak je.

Dostáváme se k vyhodnocení hlavní výzkumné otázky, která se snažila zjistit, do jaké míry média ovlivňují rodinné vztahy. K tomuto poslednímu vyhodnocení nám poslouží dotazníkové otázky č. 19, 30, 31, 32, 33 a 34. Při zjišťování, co média v rodině narušují, se mnoho výzkumů zabývá otázkou, jak média narušují komunikaci v rodině. Do našeho výzkumu jsme tyto otázky zařadily také a zjistilo se, že mezi rodiči a dětmi dochází ohledně využívání médií k občasným sporům. Rodiče se také shodovali na tom, že komunikace v jejich rodině je díky využívání médií narušená, nicméně společně členové rodiny jsou schopni popovídat si společně alespoň hodinu denně. Vliv médií na rodinu si rodiče dobře uvědomují a uvedli, že tento vliv opravdu možný je, ačkoliv neuměli s přesností určit, zda je tento vliv kladný, či záporný. Více se ale poté shodovali, že je vliv záporný než kladný. Poslední otázka zjišťovala, jestli rodiče pocítují změnu ve vztazích díky médiím. Více, jak polovina rodičů uvedla, že si uvědomují změnu ve vztazích díky médiím, nicméně ne příliš výraznou. Na základě teorie, ve které jsme si uvedli propojenost komunikace v rodině s jejím dopadem na rodinné vztahy, můžeme shrnout, že ačkoliv média podle rodičů nemají příliš výrazný dopad, ať už na komunikaci či rodinné vztahy, jistou změnu díky médiím jsme díky výzkumu zaznamenali.

ZÁVĚR

V bakalářské práci jsme se zabývali vlivem médií na rodinné vztahy pohledem rodičů. Teoretická část měla poskytnout základní rámec pro ucelení informací v oblasti médií, rodiny a především popsat vlivy, které média v dnešním světě zastávají. Snaha o propojení tohoto vlivu se také odrážela v praktické části. Cílem práce byla snaha prohloubit dosavadní domněnky o možném vlivu médií na rodinu a především, zda si tuto skutečnost uvědomují samotní rodiče.

Nemůžeme dnes s přesností určit, jaký vliv ve skutečnosti média na rodinu mají, zda jsou příčinou negativních jevů v rodině, nebo naopak pozitivních. Literatura nám dnes uvádí, že tento vliv nejen na rodinu, ale i celou společnost, je více negativní než pozitivní, nicméně najdeme i odborníky, kteří se o pozitivních vlivech médiích taktéž zmiňují. Směrem k rodině se odborníci obávají především násilného vlivu, který pomocí médií na děti a mládež působí bez možnosti pravidelného srovnání s realitou. O komunikaci v rodině se v literatuře většinou dočteme, jak je vhodné komunikaci mezi rodiči a dítětem vést. O tom, zda média mají vliv i na tuto problematiku se stále hovoří a probíhá řada výzkumů. Na základě našeho výzkumu můžeme uvést, že samotní rodiče si tohoto negativního vlivu médií jsou vědomi. Ačkoliv se snaží média v rodině nahrazovat a dětem vytvářet prostor pro jiné činnosti, než je využívání médií, sami rodiče uvádějí, že postupem času vnímají rozdíly v komunikaci i ve vztazích. Nepotvrdilo se však, že by tento vliv pro tuto chvíli vnímali jako ohrožující.

Téma vlivu médií je stále jedním z nejdiskutovanějších témat a náš výzkum se snažil nastínit problematiku médií a rodinných vztahů z důvodu častého opomíjení tohoto tématu. Nelze pouze na základě našeho výzkumu vyvodit jednoznačný závěr, proto by bylo vhodné a žádoucí pro praxi, aby se i toto téma stalo jedním ze sledovaných v celé společnosti. Vlivu médií zabránit nelze, jde však naučit se s nimi zacházet a v této oblasti se vzdělávat.

Bakalářská práce je snahou o předložení, že média nemusejí narušovat pouze komunikaci v rodině. Je určena a věnována lidem, kteří se chtějí alespoň částečně seznámit s problematikou médií, rodiny a mediálního vlivu.

Média mohou v lidech vyvolávat pocity, že se jedná o prostředky zcela nové, pravdou ovšem zůstává, že nás určitý typ médií provází od počátků lidstva a je jen na nás, jak se s těmito stále se rozvíjejícími prostředky naučíme žít a na kolik se necháme ovládat.

SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY

- [1] BUERMANN, Uwe. *Jak (pře)žít s médii: příležitosti a hrozby informačního věku a nové úkoly pedagogiky: výzkumná práce Institutu pro pedagogiku a smyslovou a mediální ekologii (IPSUM)*. Vyd. 1. Hranice: Fabula, 2009. ISBN 978-80-86600-58-1.
- [2] BURTON, Graeme a Jan JIRÁK. *Úvod do studia médií*. 1. vyd. Brno: Barrister & Principal, 2001. ISBN 80-85947-67-6.
- [3] DEVITO, Joseph A. *Základy mezilidské komunikace: 6. vydání*. 1. vyd. Praha: Grada, 2008. ISBN 978-80-247-2018-0.
- [4] GAVORA, Peter. *Úvod do pedagogického výzkumu*. Brno: Paido, 2000. ISBN 80-85931-79-6.
- [5] GILES, David. *Psychologie médií*. Vyd. 1. Praha: Grada, 2012. ISBN 978-80-247-3921-2.
- [6] GRAY, John. *Muži jsou z Marsu, ženy z Venuše a děti jsou z nebe: Zásady pozitivního rodičovství, vedoucí k výchově spolupracujících, sebevědomých a citlivých dětí*. 1. vyd. Praha: Práh, 2000. Z anglického originálu přeložila Petruše Klůfová. Vydáno společně s Knižním klubem. ISBN 80-7252-031-8.
- [7] HAVLÍK, Radomír a Jaroslav KOŤA. *Sociologie výchovy a školy*. Vyd. 1. Praha: Portál, 2002. ISBN 80-7178-635-7.
- [8] HOFBAUER, Břetislav. *Děti, mládež a volný čas*. Vyd. 1. Praha: Portál, 2004. ISBN 80-7178-927-5.
- [9] HRADISKÁ, Elena, Samuel BREČKA a Zbyněk VYBÍRAL. *Psychológia médií*. 1. vyd. Bratislava: Bratislavská vysoká škola práva, 2009. ISBN 978-80-89447-12-1.
- [10] JANDOUREK, Jan. *Sociologický slovník*. Vyd. 2. Praha: Portál, 2007. ISBN 978-80-7367-269-0.
- [11] JEŽEK, Vlastimil a Jan JIRÁK. *Média a my*. 1. vyd. V Praze: Akademie múzických umění, 2014. ISBN 978-80-7331-304-3.
- [12] JIRÁK, Jan a Barbara KÖPPLOVÁ. *Masová média*. Vyd. 1. Praha: Portál, 2009. ISBN 978-80-7367-466-3.

- [13] JIRÁK, Jan a Barbara KÖPPLOVÁ. *Média a společnost*. Vyd. 2. Praha: Portál, 2007. ISBN 978-80-7367-287-4.
- [14] JIRÁK, Jan a Radim WOLÁK. *Mediální gramotnost: nový rozměr vzdělávání*. Praha: Radioservis, 2007. ISBN 978-80-86212-58-6.
- [15] KAVANOVÁ, Alica a Štefan CHUDÝ. *Výchova a volný čas: vybrané kapitoly z pedagogiky volného času*. Vyd. 1. Zlín: Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně, Univerzitní institut, Ústav pedagogických věd, 2005. ISBN 8073182661.
- [16] KRAUS, Blahoslav a Věra POLÁČKOVÁ. *Člověk - prostředí - výchova: k otázkám sociální pedagogiky*. Brno: Paido, 2001. ISBN 80-7315-004-2.
- [17] KRAUS, Blahoslav. *Základy sociální pedagogiky*. Vyd. 1. Praha: Portál, 2008. ISBN 978-80-7367-383-3.
- [18] MCLUHAN, Marshall. *Jak rozumět médiím: extenze člověka*. 2., rev. vyd., V Mladé frontě 1. Praha: Mladá fronta, 2011. ISBN 978-80-204-2409-9.
- [19] MCQUAIL, Denis. *Úvod do teorie masové komunikace*. Vyd. 2. Praha: Portál, 2002. ISBN 8071787140.
- [20] MIČIENKA, Marek a Jan JIRÁK. *Základy mediální výchovy*. Vyd. 1. Praha: Portál, 2007. ISBN 978-80-7367-315-4.
- [21] MOŽNÝ, Ivo. *Sociologie rodiny*. Vyd. 2., upr. Praha: Sociologické nakladatelství, 2002. ISBN 8086429059.
- [22] MUSIL, Josef. *Úvod do sociální a masové komunikace*. Vyd. 2. Praha: Univerzita Jana Amose Komenského, 2008. ISBN 978-80-86723-44-0.
- [23] PÁVKOVÁ, Jiřina. *Pedagogika volného času: [teorie, praxe a perspektivy výchovy mimo vyučování a zařízení volného času]*. 3., aktualiz. vyd. Praha: Portál, 2002. ISBN 8071787116.
- [24] REIFOVÁ, Irena. *Slovník mediální komunikace*. Vyd. 1. Praha: Portál, 2004. ISBN 80-7178-926-7.
- [25] ŘÍČAN, Pavel a Drahomíra PITHAROVÁ. *Krotíme obrazovku: jak vést děti k rozumnému užívání médií*. Vyd. 1. Praha: Portál, 1995. (Rádci pro rodiče a vychovatele). ISBN 80-7178-084-7.
- [26] SAK, Petr. *Proměny české mládeže: Česká mládež v pohledu sociologických výzkumů*. 1. vyd. Praha: Petrklíč, 2000. ISBN 80-7229-042-8.

- [27] SLAMĚNÍK, Ivan a Jozef VÝROST. *Aplikovaná sociální psychologie I*. Vyd. 1. Praha: Portál, 1998. ISBN 8071782696.
- [28] SLEZÁČKOVÁ, Alena. *Průvodce pozitivní psychologií: nové přístupy, aktuální poznatky, praktické aplikace*. Vyd. 1. Praha: Grada, 2012. ISBN 978-80-247-3507-8.
- [29] SOBOTKOVÁ, Irena. *Psychologie rodiny*. Vyd. 1. Praha: Portál, 2001. ISBN 80-7178-559-8.
- [30] ŠPAŇHELOVÁ, Ilona. *Komunikace mezi rodičem a dítětem: styly a techniky komunikace, komunikace rodiče ve vztahu k dítěti, vývojová období dítěte, komunikace v náročných situacích*. Vyd. 1. Praha: Grada, 2009. ISBN 978-80-247-2698-4.
- [31] THOMPSON, John B. *Média a modernita: sociální teorie médií*. 1. české vyd. Praha: Karolinum, 2004. ISBN 80-246-0652-6.
- [32] URBAN, Lukáš, Josef DUBSKÝ a Karol MURDZA. *Masová komunikace a veřejné mínění*. Vyd. 1. Praha: Grada, 2011. ISBN 978-80-247-3563-4.
- [33] VÁGNEROVÁ, Marie. *Vývojová psychologie: dětství, dospělost, stáří*. Vyd. 1. Praha: Portál, 2000. ISBN 8071783080.
- [34] VYBÍRAL, Zbyněk. *Psychologie komunikace*. Vyd. 1. Praha: Portál, 2005. ISBN 80-7178-998-4.

SEZNAM POUŽITÝCH ELEKTRONICKÝCH ZDROJŮ

- [1] SLOBODA, Zdeněk. Šance dětem: Děti médiím rozumějí – ale jinak! Mediální výchova v rodině. [online]. ©2011, 22.8.2013 [cit. 2015-03-15]. Dostupné z: <http://www.sancedetem.cz/srv/www/content/pub/cs/clanky/deti-mediim-rozumeji-ale-jinak-medialni-vychova-v-rodine-15.html>

SEZNAM GRAFŮ

Graf 1 Rozdělení respondentů podle pohlaví	54
Graf 2 Rozdělení respondentů podle věkových skupin	55
Graf 3 Vzdělání respondentů	55
Graf 4 Počet dětí v rodině	56
Graf 5 Věk dítěte/děti	57
Graf 6 Znalost respondentů o médiích.....	58
Graf 7 Názor respondentů na média	58
Graf 8 Kladné vlastnosti médií podle respondentů.....	59
Graf 9 Nejvíce využívaná média v rodině podle respondentů.....	60
Graf 10 Důvody využívání médií v rodině podle respondentů.....	60
Graf 11 Využívání médií dětmi pohledem respondentů.....	61
Graf 12 Důležitost informování dětí o médiích	62
Graf 13 Informování dětí o vlivech médií rodiči	62
Graf 14 Informování dětí o vlivech médií	63
Graf 15 Využívání médií dětmi podle respondentů.....	64
Graf 16 Vliv rodičů na děti ohledně využívání médií	65
Graf 17 Vliv rodičů na děti ohledně využívání médií	65
Graf 18 Autorita rodičů nad využíváním médií dětmi.....	66
Graf 19 Spory ohledně využívání médií	67
Graf 20 Omezení médií dětem.....	67
Graf 21 Způsoby nahrazování médií dětem.....	68
Graf 22 Důležitost společně stráveného času v rodině	69
Graf 23 Společně strávený čas rodiny s médii.....	69
Graf 24 Společný čas rodiny strávený bez médií	70
Graf 25 Strávený čas rodiny bez médií.....	71
Graf 26 Vliv médií na společně strávený čas rodiny	71
Graf 27 Vliv médií na komunikaci v rodině	72
Graf 28 Vztahy v rodině	73
Graf 29 Vliv médií na rodinu.....	73
Graf 30 Vliv médií na rodinu.....	74
Graf 31 Vliv médií na vztahy v rodině	75

SEZNAM PŘÍLOH

PŘÍLOHA P I: Dotazník

Dobrý den,

Mé jméno je Andrea Bednářová a jsem studentkou 3. ročníku Sociální pedagogiky na Univerzitě Tomáše Bati ve Zlíně.

Ráda bych Vás poprosila o vyplnění dotazníku k mé bakalářské práci. Dotazník je zcela **anonymní** a výsledky z něj budou použity pouze v rámci bakalářské práce. Proto bych Vás ráda poprosila o uvedení pravdivých informací. Správnou odpověď vždy zakroužkujte.

Velmi si vážím Vašeho času a děkuji Vám za pomoc!

Andrea

1. Jste:

- a) matka
- b) otec

2. Jaký je Váš věk?

- a) 30-35
- b) 35-40
- c) 40-50
- d) 50 a více

3. Vaše dosažené vzdělání?

- a) střední škola s maturitou
- b) VOŠ (Vysoká odborná škola)
- c) vysoká škola

4. Počet dětí v rodině?

- a) 1 dítě
- b) 2 děti
- c) 3 a více dětí

5. Věk Vašeho/Vašich dětí?

- a) 12 let
- b) 13 let
- c) 14 let

6. Víte, co jsou to média?

- a) určitě ano
- b) spíše ano
- c) spíše ne
- d) ne

7. Jaký názor máte na média?

- a) kladný
- b) negativní
- c) záleží na dané situaci

8. Jaké vlastnosti považujete u médií za nejvíce kladné? (Vyberte prosím 2 odpovědi)

- a) rychlá informovanost
- b) udržení kontaktu s lidmi (sociální sítě)
- c) zábava (hry)
- d) vzdělávání
- e) jiné

9. Jaká média jsou ve Vaší rodině využívány nejvíce? (Možnost více odpovědí)

- a) internet
- b) televize
- c) knihy, časopisy, noviny
- d) rádio
- e) jiné

10. Z jakého nejčastějšího důvodu využívá vaše rodina média? (možnost více odpovědí)

- a) pro vyplnění volného času
- b) pro práci
- c) jako zdroj informací
- d) z jiného důvodu

11. Co si myslíte o využívání médií dětmi?

- a) myslím si, že děti se musí učit rozumět médiím a pracovat s nimi od útlého věku
- b) souhlasím v případě, pokud děti využívají média pouze jako zdroj informací (např. v rámci školy)
- c) nesouhlasím, myslím si, že média mohou dětem více uškodit, než prospět
- d) nikdy jsem o tom nepřemýšlel/a

12. Přijde vám vhodné (důležité) s dětmi mluvit o tom, co to jsou média, jak s nimi pracovat a jaký vliv média mohou mít?

- a) určitě ano, do výchovy by měla být zahrnuta i tato problematika
- b) ne, nemyslím si, že je to důležité

13. Informujete vy své dítě/děti o vlivu médií?

- a) ano, pravidelně
- b) ano, ale pouze okrajově
- c) ne

14. Kdo podle vás by měl především děti o vlivu a práci s médii informovat?

- a) rodiče
- b) škola
- c) jiné

15. Co nejvíce vám vadí na využívání médií dětmi? (možnost více odpovědí)

- a) nepravdivé nebo neúplné informace
- b) násilný obsah, vulgarismy
- c) ovlivňování jejich chování negativním způsobem
- d) manipulace dětí (např. reklamy)
- e) jiné

16. Pociťujete vliv na dítě/děti ohledně jeho/jejich využívání médií?

- a) ano, pociťuji, záleží na mně, zda dítě/děti média bude/budou či nebude/nebudou využívat
- b) ne, nepociťuji, dítě/děti využívá/využívají média dle vlastního uvážení
- c) nikdy jsem to neřešil/a, nepřijde mi důležité, zda v tomto ohledu má rodič vliv na dítě/děti

17. Myslíte si, že je správné, aby rodič měl na dítě vliv ohledně využívání médií?

- a) určitě ano
- b) určitě ne
- c) nevím

18. Musí se vás dítě/děti ptát, zda může/můžou média využívat?

- a) ano, vždy
- b) ano, pokud jsem doma
- c) ne, nevyžadují to

19. Vznikají mezi vámi a dítětem/děti spory ohledně využívání médií?

- a) ano, pravidelně
- b) ano, občas
- c) ne
- d) nejsem si toho vědom/a

20. Snažíte se dítěti/dětem nějaké médium omezit více, než jiná média?

- a) ano, (uveďte jaké)
- b) ne

21. Jakými způsoby dítěti/dětem nahrazujete média? (možnost více odpovědí)

- a) sportovní aktivity
- b) zájmové kroužky (výtvarné, hudební, ...)
- c) podpora v trávení času s vrstevníky
- d) jiné

22. Myslíte si, že společně strávený čas je pro rodinu důležitý?

- a) určitě souhlasím
- b) souhlasím
- c) spíše nesouhlasím
- d) nesouhlasím

23. Tráví vaše rodina společný čas u médií pohromadě nebo každý zvlášť?

- a) většinou pohromadě
- b) pohromadě
- c) většinou každý zvlášť
- d) každý zvlášť

24. Snaží se vaše rodina také trávit společný čas bez médií?

- a) ano, pravidelně
- b) ano, občas (alespoň 3x týdně)
- c) ne

25. Pokud ano, jakým způsobem? (možnost více odpovědí)

- a) povídáním si
- b) čtením knih
- c) společná aktivita (např. pravidelný zájmový kroužek)
- d) rodinné výlety
- e) jiné

26. Pokud ne, dá se říci, že za to tedy můžou z větší části média?

- a) ano
- b) ne

27. Můžete říci, že komunikace ve Vaší rodině je díky využívání médií narušená?

- a) určitě ano, díky médiím se komunikace v rodině omezila, již netrávíme tolik času povídáním si
- b) ano, ale i přes to si povídáme společně každý den (alespoň jednu hodinu denně)
- c) ne, komunikace je v naší rodině stále stejná, bez ohledu na média

28. Jak hodnotíte vztahy ve vaší rodině?

- a) kladně
- b) záporně
- c) neutrálně/nevím

29. Myslíte si, že média mohou mít vliv na rodinu?

- a) určitě ano
- b) ano
- c) ne
- d) určitě ne

30. Pokud ano, jaký je to podle vás vliv?

- a) kladný
- b) negativní
- c) nemohu s přesností určit

31. Pociťujete v průběhu času nějakou změnu mezi vztahy ve vaší rodině díky využívání médií?

- a) určitě ano
- b) ano, ale ne příliš výraznou
- c) ne, nejsem si ničeho takového vědom/a

Velmi jste mi pomohli, děkuji Vám! © Andrea