

**UNIVERZITA KONŠTANTÍNA FILOZOFA V NITRE
FILOZOFICKÁ FAKULTA**

DIPLOMOVÁ PRÁCA

2011

Bc. Paulína Podbehlá

**UNIVERZITA KONŠTANTÍNA FILOZOFA V NITRE
FILOZOFICKÁ FAKULTA**

MÉDIÁ A RODINA

Diplomová práca

Študijný program: Aplikovaná etika – etická expertíza a etické poradenstvo

Školiace pracovisko: Katedra všeobecnej a aplikovanej etiky FF UKF v Nitre

Školiteľ: ThDr. Mária Klobušická, PhD.

Nitra 2011

Bc. Paulína Podbehlá

Zadanie

Abstrakt

PODBEHLÁ, Paulína: Médiá a rodina [Diplomová práca] Paulína Podbehlá: Univerzita Konštantína Filozofa v Nitre, Filozofická fakulta, Katedra všeobecnej a aplikovanej etiky. Školiteľ: ThDr. Mária Klobušická, PhD. Stupeň: magister. Nitra: FF UKF, 2011, 72 s.

Diplomová práca má teoretický charakter. Pozostáva zo štyroch kapitol, a to: médiá a ich vplyv na rodinu, morálka v médiách, formovanie rodiny prostredníctvom médií a eliminácia negatívneho pôsobenia médií. Dnes je táto problematika médií a rodiny veľmi aktuálna a závažná. Hlavným motívom našej diplomovej práce je zistiť ako médiá formujú rodinu a zároveň sa zamerať na odstránenie negatívneho pôsobenia médií v zmysle správneho využitia voľného času. V prvej kapitole definujeme základné pojmy. Je rozčlenená na päť podkapitol. Venujeme sa vymedzeniu pojmov, ako je definícia médií, ich význam a funkcie v spoločnosti. Ďalej sa venujeme rodine a jej hodnotovej orientácii, funkciám a socializácii rodiny. Prvá kapitola je venovaná všeobecnému prehľadu médií a rodiny. V druhej kapitole predstavíme morálku. Zahŕňa tri podkapitoly, ktoré obsahujú mediálnu etiku v praxi, ako vplývajú médiá, ich manipulácia a aká je nebezpečná reklama. V tejto kapitole tiež objasníme výchovu v rodine a jej morálne aspekty. V tretej kapitole rozoberáme médiá ako formujú rodinu. Zahŕňa tri podkapitoly, v ktorých sa venujeme vplyvom a účinkom médií na deti a mládež, taktiež sa venujeme pozitívnemu a negatívnemu vplyvu masmédií a mediálnemu násiliu a jeho dopad na rodinu. Štvrtá kapitola je zameraná na elimináciu negatívneho pôsobenia médií. V troch podkapitolách sa zameriavame, ako by mali najmä rodičia a učitelia naučiť deti rozumne využívať médiá. K tomu patrí vplyv rodinného prostredia a správne využitie voľného času. Deti a mládež by si mali vedieť vybrať z prostriedkov masovej komunikácii len diela hodnotné a správne ich využívať. Posledná podkapitola v štvrtej kapitole je venovaná mediálnej výchove v školách, ktorá by mala umožniť žiakom, aby nadobudli mediálnu gramotnosť a rozoznať najmä vzťah medzi mediálnou realitou a skutočnou realitou.

Prácu dopĺňa zoznam použitej literatúry.

Kľúčové slová: médiá, rodina a jej hodnoty, morálka v médiách, vplyv médií na rodinu, mediálne násilie, voľný čas, mediálna výchova v školách

Abstract

PODBEHLÁ, Paulína: Media and family [Diploma work] Paulína Podbehlá: Constantine the Philosopher University in Nitra, Faculty of Arts, Department of general and applied ethics. Instructor: ThDr. Mária Klobušická, PhD. Master degree. Nitra FF UKF, 2011, 72 pages.

This diploma work has a theoretical character. It consists of four chapters, namely: mass media and influence on family, morality in media, family formation through mass media and elimination of negative influence of the media.

These days the problems of media and family are up-to-day. The key motive of this work is to uncover how the media form the family, and, at the same time, focus on the appropriate use of leisure time as a way of elimination of the negative influence of media.

In the first chapter we define essential notions. It is divided into five subchapters and it is dedicated to explanation of the notions, such as the definition of mass media, their importance and functions in society. We also pay attention to family and its values, functions and socialization of the family. The first chapter is devoted to general outline of media and family.

The second chapter is on introduction of morality. It consists of three subchapters which include ethics in media, the influence of media, their manipulation and the danger of advertisement. In this chapter we also explain upbringing in family and its moral aspects.

In the third chapter we analyse the way the media form the family. Its three subchapters are dedicated to influence and impact of media on children and youth. It also deals with positive and negative influence of media, violence in media and its effect on family.

The fourth chapter is on the elimination of the negative influence of media. In its three subchapters we concentrate mainly on the role of the parents and teachers, how they should explain the use of media rationally and reasonably. It includes the influence of the family environment and the proper use of leisure time. Children and youth should also be able to select mass media and use them reasonably.

The last subchapter of the fourth chapter is dedicated to media education at schools, which should enable pupils and students to acquire media literacy and distinguish between reality in media and reality in life.

Bibliography is attached.

Key words: media, family and its values, morality in media, influence of media on family, media violence, leisure time, media education at schools

Obsah

Úvod	7
1 Médiá a ich vplyv na rodinu	9
1.1 Médiá a masová komunikácia.....	9
1.2 Význam a funkcie médií v spoločnosti	11
1.3 Rodina a jej hodnotové orientácie	16
1.4 Funkcie rodiny	20
1.5 Socializácia rodiny	23
2 Morálka v médiách	25
2.1 Mediálna etika v praxi	27
2.2 Vplyv médií, manipulácia a reklama.....	30
2.3 Výchova v rodine a jej morálne aspekty	36
3 Formovanie rodiny prostredníctvom médií	41
3.1 Vplyv a účinky médií na deti a mládež	42
3.2 Pozitívny a negatívny vplyv masmédií.....	45
3.3 Mediálne násilie a jeho dopad na rodinu	50
4 Eliminácia negatívneho pôsobenia médií	54
4.1 Vplyv rodinného prostredia na deti a mládež	56
4.2 Správne využitie voľného času	59
4.3 Mediálna výchova v školách.....	63
Záver	66
Zoznam použitej literatúry	68

Úvod

Médiá sú dnes neoddeliteľnou súčasťou života každej spoločnosti. S médiami sa stretávame každodenne a na každom kroku. Z každej strany na nás útočia. S vývojom spoločnosti sa menila i podoba médií. Medzi masové médiá zaraďujeme najmä televíziu, noviny, rozhlas a internet. Taktiež sem patrí kniha, film, video a všetky druhy masovo šírených obrazových a zvukových záznamov. Médiá sú dnes zdrojom moci, čiže prostriedkom vplyvu na človeka, kedy sa učí rôznym formám správania sa. S nástupom informačnej spoločnosti sa človek ocitá v priestore nekonečných komunikačných možností. Prostriedky masovej komunikácie sú tiež súčasťou rodinného prostredia. Rodina je najvýznamnejším socializačným a výchovným činiteľom. Je základnou bunkou spoločnosti. Rodinu môžeme chápať ako primárnu skupinu, kde môžeme nájsť pocit spolupatričnosti, spoločné hodnoty, normy a dôveru. Formuje sa model správania dieťaťa. Rodičia sú pre dieťa určitým vzorom, kedy si osvojuje základné vzory správania, návykov, rešpektovania iných, toleranciu a vytvára si istú hierarchiu hodnôt. Je dôležité, aby každé dieťa malo vytvorené pre svoje formovanie základné, sociálne, materiálne a duševné podmienky, ktoré sa neskôr odzrkadlia pozitívne v jeho správaní a konaní. V rodine by mala byť súdržnosť a komunikácia medzi členmi rodiny. Rodina je v súčasnosti vystavovaná veľkému vplyvu okolia. Do rodiny vstupuje nebezpečný vplyv médií, ktorý môže zapríčiniť zlyhanie komunikácie medzi rodičmi a deťmi.

Cieľom práce bude práve poukázať na to, ako médiá vplývajú na rodinu a na jednotlivých členov rodiny. Zároveň sa zameriame na odstránenie negatívneho pôsobenia médií v podobe správneho využitia voľného času. Táto problematika je veľmi obširná, a preto je potrebné venovať jej pozornosť. Médiá nám poskytujú zmysuplné využívanie mediálnych informácií, ale aj prinášajú problémy v šírení neetických správ. Masová komunikácia je proces, ktorej cieľom je zasiahnuť veľké publikum. Médiá v dnešnej spoločnosti môžu informovať, vzdelávať, ale aj zabávať. Príkladom je internet, ktorý nám umožňuje bezprostredný prístup ku všetkému, čo nás zaujíma. Rodina je prvotným prostredím, v ktorom mladý človek poznáva svet, spoločnosť a ľudí. Je to spoločenstvo, ktoré dáva príležitosť k uplatneniu hodnôt v živote. Rodičia by mali ukázať, že majú radi svoje deti, poskytnúť im šťastný domov plný lásky, úcty a akceptácie. Mali by byť vzorom prežívania i praktického napĺňania hodnôt. Rodinné prostredie je najvýznamnejším socializačným prostredím. Základ úspešnosti vo výchove dieťaťa

závisí od rodiny samotnej. Výchova je veľmi dôležitá, pretože môže rozhodnúť o tom, ako sa uplatnia deti v budúcnosti.

Je dôležité, aby morálne konanie bolo rozvážne, spravodlivé, a za ktoré preberáme zodpovednosť. Novinári by sa mali riadiť morálnymi normami, ktoré vymedzujú určité zásady. Mediálna etika rieši v prvom rade morálne otázky činnosti novinárov v médiách. Účinky vplyvu médií na publikum môžu mať rôzne podoby. Vplyv médií je čoraz väčší, je to aj tým, že médiá nadobúdajú na dominancii. Manipuláciu chápeme ako určitý spôsob ovplyvňovania jednotlivca, skupiny či celého spoločenstva. Deti venujú veľkú pozornosť televízii alebo internetu. Sú zaplavené informáciami, ktoré presahujú rámec ich schopností a skúseností. Najmä negatívne spôsoby správania, ktoré videlo dieťa v televízii, môže prijať za vzor. U detí, ktoré sú od útleho veku svedkami násilia a brutality, je predpoklad, že sa u nich vytvoria agresívne sklony. Okrem negatívneho vplyvu médií venujeme pozornosť aj pozitívnemu vplyvu médií, ktoré nám môžu poskytovať informácie pre každodenný život. Je veľmi dôležité, aby deti nesledovali programy určené pre dospelých. Rodičia by mali kriticky pristupovať k médiám, a mali by naučiť deti plnohodnotne využiť svoj voľný čas. Treba si zvoliť iné alternatívy, než sedieť pre televíznou obrazovkou. Mediálna výchova v školách by mala napomôcť deťom a mládeži prehodnotiť svoj vzťah k médiám.

Keďže informácie o danej téme – Médiá a rodina sú spracované na dostatočnej úrovni, bolo potrebné získať materiály z kníh a následne ich zosumarizovať. V našej diplomovej práci sme použili **komparatívnu metódu**, čiže porovnávajúcu metódu, kde sme mali možnosť nájsť v použitej literatúre viacero autorov s odlišným chápaním a vysvetlením danej problematiky. My sme tiež porovnávali danú problematiku a teda v našej práci sme použili citovania od viacerých autorov, ktorých myšlienky nám boli názorovo veľmi blízke.

Ďakujem mojej konzultantke, ThDr. Márii Klobušickej, PhD. za cenné rady a nezištnú pomoc, ktorú mi poskytovala počas tvorby tejto práce.

1 Médiá a ich vplyv na rodinu

„Médiá sa stávajú a to nielen pre mladého človeka autoritami v rôznych oblastiach ľudského bytia. Zámerne či nezámerne ovplyvňujú jeho zmýšľanie, názory na rôzne aspekty životnej reality, hoci ten si nie je vždy dostatočne vedomý formatívnych vplyvov médií prednostne na svoju osobnosť. Mladí ľudia často nemajú rozvinutú schopnosť aktívneho a kritického prístupu k médiám a ich produktom, čo sa prejavuje tendenciou: apriórne prijímať a neprehodnocovať mediálne výpovede najmä podľa kritérií objektívnosti a pravdivosti či verného zobrazovania ľudských hodnôt. Médiá na jednej strane prinášajú obsahy, ktorými podporujú hodnotovú formáciu detí a mládeže, na strane druhej formou zobrazenia spochybňujú platnosť všeľudských hodnôt, resp. deformujú ich skutočný význam a svojimi posolstvami tak pôsobia na deti a mladistvých v rovine axiologickej dezorientujúco“ (Kačínová, 2009, s. 378).

Pri súčasnom rozvoji informačných technológií možnosti komunikácie medzi jednotlivcami a skupinami vo všetkých častiach sveta neboli nikdy také veľké ako dnes. Práve masovokomunikačné prostriedky, ktoré môžu viesť k lepšej komunikácii, môžu zároveň zapríčiniť nárast odcudzenia a pokles komunikácie medzi ľuďmi. Ľudia niekedy kritizujú televízny program, ale málokedy dokážu kritizovaný program odmietnuť. V rodinách, kde jej členovia trávajú veľa času pred obrazovkou, sa po čase stratí zmysel pre rozhovory, výmenu názorov a spoločenskú komunikáciu. Súhlasíme so Šverhom: „Človek, ktorý má naplno žiť svoj príbeh a príbeh svojej rodiny, stráca sám seba v stovkách televíznych príbehov, ktoré sa mu zdajú zaujímavejšie, šťastnejšie a nakoniec aj skutočnejšie ako jeho vlastný“ (2007, s. 35).

V rodine má vplyv väčšinou televízia, počítačové hry, internet a hudba.

1.1 Médiá a masová komunikácia

„Médiá sú neoddeliteľnou súčasťou masovej komunikácie. Sú prenášačmi informácií i aktívnymi účastníkmi komunikačného procesu“ (Pospíšil, Závodná, 2009, s. 32). Pojem médiá je pre nás bežný a samozrejмый, pretože ho užívame bez toho, aby sme o ňom zvlášť premýšľali. Médiami sme obklopení na každom kroku. Latinské slovo medium znamená nachádzajúci sa uprostred, stredný. V dennej praxi je pojem médiá používaný ako súhrnný výraz pre technické prostriedky, alebo nástroje, ktoré slúžia k šíreniu informácií (Schellmann a kol., 2004, s. 10). Spoločne s vývojom spoločnosti sa mení i podoba médií. Pod pojmom masové médiá zaradujeme noviny, časopisy,

televíziu i rozhlas. Tiež sem patrí kniha, film, video, internet, ale i všetky druhy masovo šírených obrazových a zvukových záznamov (Pospíšil, Závodná, 2009, s. 32).

„Z úvah nad tým, čo všetko je možné považovať za médiá, plynie, že médiá je možné popisovať z najrôznejších hľadísk a klasifikovať podľa najrôznejších kritérií – práve preto, že médiá sú veľmi zložitý a v čase sa premieňajúci sociálno-komunikačný jav, podmienený dobovou situáciou spoločenskou, technickou, politickou i kultúrnou“ (Jirák, Köpplová, 2003, s. 21). Každé médium v sebe zahŕňa použitie určitých technológií a súčasne je ich použitím utvárané. Médiá majú postavenie spoločenskej inštitúcie, to znamená, že majú vplyv na posilňovanie a formovanie sociálnych vzťahov. Ďalej sa podieľajú na utváraní kultúrneho prostredia, a to najrôznejšími významnými štruktúrami, ktoré sú zabudované do mediálnych technológií a organizácií (Jirák, Köpplová, 2003, s. 41).

„Komunikácia je podmienkou našej ľudskej podstaty i jej osobitosti, ale súčasne je nevyhnutne aj prejavom človeka nielen ako mysliacej bytosti, ale ako jedinečnej osoby. Iba ľudia komunikujú, iba vďaka komunikácii sa stávajú ľuďmi. Ale komunikácia, akokoľvek potrebná a užitočná ešte sama nezaručuje, akými ľuďmi sa stanú“ (Diatka, 2005, s. 71). So slovom komunikácia sa stretávame niekoľkokrát denne. Komunikácia pochádza z latinského slova *communicatio*, čo znamená zdieľať, zverovať sa. Teda je to konanie, ktorého cieľom je z pohľadu komunikátora prenos oznámenia jednej či viac osobám. Základným typom ľudskej komunikácie je interpersonálna komunikácia, pri ktorej jeden človek oznamuje niečo o niečom druhému človeku. Ide tu o zámer spoločenský, pretože zahŕňa minimálne dve osoby. Obaja partneri používajú zhodný význam dorozumievacích prostriedkov. Skupinová komunikácia sa odohráva v určitej skupine ľudí, kde dorozumievanie vedie k spoločným významom a zároveň aj rovnaké významy predpokladá. To znamená, že symboly v tejto komunikácii sú pre všetkých členov rovnako pochopiteľné, nech už sú vysielané, alebo prijímané. Tretí typ komunikácie je masová komunikácia. Ide tu predovšetkým o jednostrannosť a prítomnosť širokého publika (Pospíšil, Závodná, 2009, s. 6-8).

„Masová komunikácia je špecifický typ sociálnej komunikácie, ktorý sa naplno rozvinul v dvadsiatom storočí, hoci určité sociálno-komunikačné situácie v predchádzajúcich historických epochách sa svojimi vlastnosťami výrazne približovali k masovej komunikácii. Masová komunikácia je produktom, tvorcom i symbolom ľudskej civilizácie a kultúry v dvadsiatom storočí“ (Rankov, 2002, s. 12).

V masovej komunikácii ide o masové publikum, odloženú spätnú väzbu, vždy o technické prostriedky, bez ktorých by sa obsah nedostal k recipientovi, je to komunikácia nepriama. Ide tu o rôznorodý obsah, ktorý zahŕňa celý obsah tlačovej, filmovej, rozhlasovej, televíznej a ďalšej produkcie, pričom tento obsah má verejný charakter tým, že je predmetom záujmu širšej verejnosti. Masovej komunikácii ide tiež o médiá, ktoré sú výsledkom tímovej, kolektívnej, inštitucionálnej, organizovanej činnosti a sú vždy spoločensky zaradené (Charvát, 1996, s. 6).

Masová komunikácia je proces, v ktorom špecializované organizácie prostredníctvom moderných technológií šíria informácie v čase a priestore s cieľom zasiahnuť veľké publikum. Z hľadiska mediálneho systému prebieha masová komunikácia ako neustály tok informácií. Pričom v sebe zahŕňa nielen aspekt masovosti príjemcov, ale aj aspekt verejného šírenia a neobmedzeného prístupu k informáciám (Rankov, 2002, s. 16).

Masové médiá možno využiť pre individuálne, súkromné či organizačné účely. Môžu taktiež predávať verejné oznámenia rozsiahlemu publiku, ale aj prenášať oznámenia veľmi osobné, výzvy k dobročinnosti, inzeráty ponúkajúce zamestnanie a celý rad ďalších informačných a kultúrnych druhov oznámenia. Skúsenosť s masovou komunikáciou je pestrá. Je dobrovoľná a obvykle ju formuje kultúra a nároky, ktoré na jedinca kladie jeho spôsob života a sociálne prostredie, v ktorom žije (McQuail, 2002, s. 31). Publikom sú členovia rôznych formálnych a neformálnych sociálnych skupín ako rodina, priatelia, kolegovia, či spolužiaci. Tieto skupiny sú malé, preto publikum ako sociálna skupina nevie vyjadriť svoje potreby, takže sa musí prispôbovať tomu, čo mu médiá predkladajú. Dnes môžeme tvrdiť, že prijímanie masmediálnych informácií sa stalo jedným z kritérií životnej úrovne a kvality života, ale aj psychickou nevyhnutnosťou moderného človeka. Zo spoločenského hľadiska má na vzťah k médiám vplyv ekonomická, kultúrna a politická situácia v krajine, vzdelanosť a rozvoj mediálneho systému. Z individuálneho hľadiska je to záujem príjemcu, jeho potreby, povolanie, voľný čas a životný štýl (Rankov, 2002, s. 22-24).

1.2 Význam a funkcie médií v spoločnosti

Masové médiá ako noviny, televízia a rozhlas majú v moderných spoločnostiach zásadný a stále vzrastajúci význam. Médiá sú zdrojom moci, čiže potenciálnym prostriedkom vplyvu, ovládania a presadzovania inovácií v spoločnosti, prameňom

informácií životne dôležitých pre fungovanie väčšiny spoločenských inštitúcií a základným nástrojom ich prenosu. Sú prostredím, kde sa na národnej i medzinárodnej úrovni odohráva celý rad udalostí z oblasti verejného života. Taktiež sú významným zdrojom výkladov sociálnej reality, a tiež miestom, kde sú konštruované, ukladané a najviditeľnejšie vyjadrované zmeny v kultúre a hodnotách spoločností.

Médiá sú primárnym kľúčom k sláve a aj zdrojom usporiadaných a verejne zdieľaných významových sústav, ktoré empiricky i hodnotovo vymedzujú, čo je normálne. Taktiež sú prostriedkom zábavy a určujú bežné spôsoby trávenia voľného času. Pomáhajú nám ho organizovať. Výsledkom je, že predstavujú najväčšie a stále sa rozširujúce priemyselné odvetvie, ktoré ponúka mnoho pracovných príležitostí a bohatú škálu ekonomických ziskov (McQuail, 2002, s. 21). Médiá produkujú veľmi veľa popri odbornom a inštitucionálnom riadení, a vo všeobecnosti sa podieľajú na ekonomickej, politickej a kultúrnej moci (Fairclough, 2002, 40).

„Médiá (zvlášť „masové“) a mediálna komunikácia sú neodmysliteľnou súčasťou života spoločnosti. Každé ľudské spoločenstvo sa nejakým spôsobom snaží zaistiť, aby v jeho rámci prebiehala výmena informácií a symbolických obsahov. V moderných spoločnostiach hrajú médiá pri uskutočňovaní tohto snaženia stále významnejšiu úlohu. Získavať poznatky o spoločnosti znamená stále viac získavať poznatky z médií“ (Burton, 2003, s. 14).

Masové médiá disponujú technickými prostriedkami a organizačným usporiadaním, ktoré im dovoľujú pravidelne ponúkať anonymné a otvorené množiny príjemcov, ktorí môžu informovať, vzdelávať i zabávať. Tradičné médiá ako sú noviny či časopis možno prečítať, rozhlasové či televízne vysielanie možno počúvať či vidieť. Naproti tomu nové médiá nám poskytujú väčší výber. Internetové stránky umožňujú individuálnejšiu voľbu tém, ktoré človeka zaujímajú, ako napríklad sťahovanie hudby vo formáte MP3 podľa vlastného vkusu. Ponuka prevyšuje dopyt a najcennejším tovarom sa stáva čas a pozornosť príjemcu (Mičienka, Jiráková a kol., 2007, s. 18). „Nové médiá predstavujú pre rodinu nové komunikačné možnosti na horizontálnej úrovni (medzi manželmi, tak ako aj medzi súrodencami) ako tiež na vertikálnej úrovni (medzi rôznymi generáciami), ktoré ich intenzívne používajú. Pomocou e-mailu komunikujú súrodenci navzájom medzi sebou, keď oni žijú na rôznych miestach, a tiež rodičia si môžu v zamestnaní a doma pohodlne cez internet vymieňať informácie“ (Aufenanger, 2004, 11).

S nástupom informačnej spoločnosti sa človek akoby ocitol v priestore nekonečných komunikačných možností, ponorený do sveta najrôznejších informácií a mediálnych posolstiev. Človek rieši problémy, ktoré vyplývajú z množstva informácií.

Médiá nám poskytujú komunikačné možnosti, zmysluplné využívanie dostupných mediálnych informácií, ale na druhej strane prinášajú aj problémy skrývajúce sa v šírení neetických správ, či v mediálnej manipulácii (Poláková, 2006, s. 11).

V modernej spoločnosti hrajú médiá jedinečnú a nezastupiteľnú úlohu faktorov, ktoré môžu zaisťovať sociálnu súdržnosť, podporovať rozdelenie moci a spoločenskú komunikáciu. Naopak hodnotenie úloh masových médií môže byť rôzne podľa toho, čo svojou úlohou prinášajú jednotlivci i spoločnosť (Jiráček, Köpplová, 2003, s. 29).

Význam jednotlivých druhov médií ako tlač, rozhlas, televízia pre spoločnosť sa mení a aj bude meniť. Masové médiá sa prejavujú ako celok k stabilite, ich význam rastie, lebo sú neodmysliteľným prvkom spoločenského systému rozvoja spoločnosti. Majú schopnosť dlhodobo prežiť, lebo zabezpečujú pre spoločnosť dôležité funkcie. „Spoločnosť vo svojom dlhodobom vývoji vytvorila pre ne pôdu, spoločenské, politické, kultúrne (vzdelanostné), technické podmienky a masové médiá zas spätne ovplyvňujú spoločnosť vo všetkých týchto oblastiach, pričom väzby vytvárané týmito vplyvmi sa skôr upevňujú, než narúšajú“ (Charvát, Šefčák, 1998, s. 7). Masové médiá napríklad ponúkaním služieb a výrobkov sa stali centrálnymi časťami ekonomických inštitúcií. S ich rastúcou úlohou vo volebnom procese, s ich zameraním na verejnú diskusiu o politických otázkach sa stali významnou časťou politických inštitúcií. V istej miere sú aj súčasťou vzdelávacích inštitúcií. V súčasnosti si médiá priamo a bezprostredne určujú témy verejných diskusií o aktuálnych problémoch. Pôsobia popri vplyvu pôvodu alebo charakteru človeka, životných skúseností, vzdelania, či vplyvu spoločenských skupín, v ktorých žije napríklad rodina (Charvát, Šefčák, 1998, s. 7-8).

Médiá sú dôležitým nástrojom pri vytváraní postojov k domácim a celosvetovým udalostiam, k dejom, ktorých je príjemca len účastníkom alebo ktoré sekundárne ovplyvňujú niektoré zo zložiek jeho osobného života. Mediálna skúsenosť môže potvrdzovať životnú skúsenosť, ale môže byť aj protikladom. Z toho pramenia pocity neistoty, nesúladu medzi obrazom sveta, ktorý máme z médií, a obrazom, ktorého základom je osobná skúsenosť (Hradiská a kol., 2009, s. 328). „Médiá sa teda aktívne podieľajú na formulovaní predstáv o tom, čo by mali robiť (normatívny pohľad), o tom, čo do pravdy robia (deskriptívny pohľad), a nakoniec i o tom, čo ľudia myslia, že médiá robia (interpretačný pohľad). Médiá (a ich vlastníci) teda nie sú zo spoločnosti a debát, ktoré v nej prebiehajú, oslobodení, ale sú ich spoluvytvorcami“ (Burton, 2003, s. 141-142).

Médiá boli stvorené za jasným účelom - k prenosu informácií. Preto nám napadne najdôležitejšia funkcia informačná. Primárnou funkciou masovej komunikácie je prenos

informácií. Informácie sprostredkujú obraz o svete. Vďaka nim máme možnosť pozrieť sa do vzdialeného sveta, umožňujú nám byť v neustálom kontakte s celým svetom, ukazujú nám svetové a domáce dianie pod drobnohľadom. Média prostredníctvom informácií pomáhajú publiku pri utváraní predstáv o svete a jeho spoločenskom, geografickom a politickom zložení. Keby nebola informačná funkcia médií náš pohľad na okolitý svet by bol obmedzený. Pre publikum je svet taký, aký ho médiá prezentujú, a preto vytvárajú iný svet, iný obraz reality.

Ďalšou možnosťou informovať publikum je zábavná funkcia. Je spojená predovšetkým s príchodom masovej komunikácie začiatkom 20. storočia, kde vznikli nové prostriedky komunikácie. Sprostredkovateľom rodinnej zábavy sa stal oživený film. Zábavná funkcia má za úlohu poskytnúť nám zábavu, rozptýlenie a vzrušenie. Zabávame sa prostredníctvom médií, a pritom nemusíme vydávať žiadnu námahu a aktivitu. V skorších dobách sa ľudia zabávali inými spôsobmi ako napríklad vystupovanie potulných spevákov a vyprávačov, neskoršie sa vyvinula zábava v podobe cirkusov, kabaretov a tanečnej hudby. Na druhej strane má zábavná funkcia médií aj negatívne stránky. Tým, že dochádza k zábave prostredníctvom jednoduchých, stereotypných a lacných prostriedkov médií z nás robia pasívnych príjemcov umelej zábavy s nízkou kultúrnou hodnotou. V mnohých prípadoch nám otupuje predstavivosť, diktuje vkus a značným spôsobom znižuje kultúrne miery a nároky. Umožňuje nám utekať do nereálneho sveta plného dobrodružstva, exotiky či erotiky. Niektorí odborníci varujú pred stavom, kedy mladí ľudia budú vnímať reálny svet v kontexte so svetom mediálnym a nebudú potom schopní sa v reálnom svete orientovať a nadväzovať medzil'udské vzťahy.

V našej spoločnosti sú médiá aktívnou súčasťou našej kultúry. Podieľajú sa na formovaní najrôznejších prejavov kultúry danej spoločnosti. Média vytvárajú svojbytný typ kultúrnych prejavov vedených k vzniku masovej kultúry. Sú schopné prenášať z malého počtu zdrojov veľkým skupinám príjemcom rovnaký obsah, čím priamo ovplyvňujú ich pohľad na svet. To znamená, že mení ich intelektuálne, estetické, zábavné a voľno časové prejavy. Schopnosť médií tvoriť a ovplyvňovať kultúru pôsobí v spoločnosti veľmi negatívne. Je to spôsobené oslabovaním tradičných kultúrnych prejavov a masovým charakterom výroby mediálnych oznámení. Prejavuje sa vo všetkých mediálnych formátoch, od filmov a televíznych relácií cez hudobné nahrávky až po dennú tlač. Z obsahov sa vytráca prejav umeleckého talentu, a namiesto toho sme tlačení k bezmyšlienkovej spotrebe masových produktov. Môžeme to vidieť napríklad pri sledovaní rôznych reality show.

Sociálna funkcia médií je platná pre celú spoločnosť bez rozdielu veku. To ako sa správame k svojim blízkym, k učiteľom, alebo k starším ľuďom nemáme zakódované v génoch. Ako sa správať, musíme sa naučiť postupne. Od malička nás najviac učia rodičia, napríklad ako sa najlepšie správať v spoločnosti. Postupne ich úlohu preberajú médiá. Socializujú jedinca v spoločnosti, čo znamená, že mu ponúkajú vzory správania, ktoré si jedinec postupne osvojuje. Médiá veľkou mierou ovplyvňujú medziľudské vzťahy, predstavy o spokojnej rodine, šťastnom živote či bohatstve. Príkladom môže byť seriál či telenovela. Na jednej strane môžu médiá pomáhať vytvárať a udržiavať demokratické usporiadanie sveta, ale na druhej strane môže táto predstava skresľovať reálny svet skutočných ľudí a skutočných problémov. Napriek tomu tento pohľad na svet umožňuje príjemcom chápať súvislosti správania celej spoločnosti a pomáha im vytvoriť si vlastný obraz o správaní ľudí v blízkom okolí, ale i celom svete. „Ľudia berú ponúkané vzory správania ako jediné správne, čo im bráni v prijímaní alternatívnych názorov. Keď sa niekto správa inak, ako je prezentované médiami, vymedzuje sa z davu, čo býva bohužiaľ chápané negatívne“ (Pospíšil, Závodná, 2009, s. 36).

Politická funkcia médií nám umožňuje nahliadnuť pod poličku politických záležitostí, napríklad o fungovaní politiky, súčasných politických udalostiach, témach a aktivitách politikov. Vďaka médiám máme možnosť pochopiť súvislosti a základné vzťahy politického života, konštruktívne nás zapájajú, a práve preto si vytvárame politickú orientáciu a aj určitý názor na politiku, ktorý vyjadríme vo voľbách. Negatívom tejto funkcie je, že médiá nám bezpochybyteľnou formou vnucujú postavenie tých, ktorí rozhodujú o našich životoch. Politici sú nám predstavovaní ako kvalifikované osoby, ktorí majú schopnosť riadiť naše životy (Pospíšil, Závodná, 2009, s. 33-36). Spojivom medzi médiami a spoločnosťou, teda medzi médiami a politikou je aktuálna informácia prenášaná prostriedkami masovej komunikácie, ktorej rozličné spoločenské vrstvy prisudzujú politický náboj rozličného vyznania (Charvát, Šefčák, 1998, s. 6).

„Vzťah medzi médiom a jeho publikom je v najlepšom slova zmysle vzťah zmluvný. Ľudia si kupujú noviny (alebo platia koncesionárske poplatky, poprípade sledujú komerčnú televíziu a prispievajú na jej prevádzku v cene kupovaných výrobkov), pretože veria, že príslušné médium pre nich niektorú z uvedených funkcií splní“ (Burton, 2003, s. 143).

1.3 Rodina a jej hodnotové orientácie

„Rodina je prvotným prostredím, v ktorom mladý človek objavuje skutočnosť, poznáva svet a spoločnosť i ľudí a prostredníctvom nich morálne hodnoty. Rodina dáva dieťaťu a neskôr mladému človekovi základnú informáciu. Cez rodinu človek prichádza k plnosti vnútornej zrelosti“ (Jozek, 2005, s. 196).

Môžeme povedať, že rodina je základnou bunkou našej spoločnosti. Z etického hľadiska rodina môže poskytovať pre deti domov plný lásky, porozumenia, úprimnosti, akceptácie jeden druhého, vzájomnej tolerancie, dôvery, rešpektovania a prijatia dôležitých morálnych hodnôt. Rodina z nás môže vychovať plnohodnotných ľudí.

Rodina je najvýznamnejším socializačným a výchovným činiteľom, a taktiež výchovným prostredím dieťaťa. Rodinné pomery a výchova v rodine sú trvalým a hlbokým základom duševného vývinu jednotlivca. Stabilita rodiny udržiava primeranú výchovu detí, je odrazom rodinných vzťahov, ktoré sa utvárajú na základe osobnostných a hodnotových kvalít rodičov a ich vzájomnej komunikácie. Rodina funguje ako určitý ochranný filter alebo spoločenská jednotka, ktorej úlohou je zachovanie generačnej reprodukcie (Kratochvílová a kol., 2007, s. 85).

„Rodinu možno z hľadiska sociologického charakterizovať ako spoločenský útvar, malú, primárnu a neformálnu spoločenskú skupinu, pre ktorú je charakteristická intimita vzájomného spolužitia a silné citové putá, vyvierajúce zo vzťahov manželských a pokrvného príbuzenstva. Rodina žije v spoločnej domácnosti, jej členovia sú v každodennom kontakte a preverujú vzájomnú súdržnosť. Každá rodina si vytvára svoje vlastné zvyklosti, rituály a tradície“ (Gogová a kol., 1995, s. 97).

Podľa Bujnovej je rodina spoločensky schválená forma stáleho spolužitia, skladá sa z osôb navzájom spojených zväzkami krvi, manželstva, s čím súvisí intimita vzájomného spolužitia a silné citové putá. Členovia rodiny väčšinou bývajú pod jednou strechou, spolupracujú medzi sebou v rámci spoločensky uznávanej deľby úloh. Môže byť neformálnou skupinou, založenou na vzťahoch lásky, pomoci a sympatie. Môže byť inštitúciou s formálnymi vzťahmi, ktoré sú právne upravované určitými normami. Členovia rodiny tu majú určité práva a povinnosti (2005, s. 37).

Súhlasíme s Možným, že „ašpirácie na založenie trvalého párového vzťahu a túžba po deťoch ako naplnenie vlastného osudu zostávajú však pre drvivú väčšinu ľudí kotvou života“ (1999, s. 21).

Nová doba posilnila význam rodiny. Je viac ako inokedy, dáva možnosť iného než konzumného postoja. Je to spoločenstvo, ktoré dáva príležitosť k uplatneniu trvalých hodnôt. Najcennejším statkom, ktorý dnes rodina deťom predáva je vzdelanie. Úlohu kultúrnych hodnôt vykonáva rodina nepriamo, prostredníctvom školy (Matoušek, 1993, s. 24).

„Zo sociologického hľadiska je rodina určitou formou začlenenia sa do danej spoločenskej štruktúry. Najbežnejším modelom je úplná rodina, ktorú tvoria najbližší príbuzní, to znamená, že v spoločnej domácnosti žijú obaja rodičia a deti. V poslednom období sa model rodiny do určitej miery mení, rozširuje sa variabilita ďalších typov, ku ktorým patrí rodina neúplná alebo náhradná. Súčasné vymedzenie rodiny smeruje k chápaniu rodiny ako určitej skupiny, určitého spoločenstva žijúceho vo vlastnom priestore, ktorý označujeme pojmom domov a zabezpečujúcim uspokojovanie potrieb, poskytujúceho základnú starostlivosť, ochranu a istotu deťom“ (Masarik, 1997, s. 66).

Pre dieťa má rodina nezastupiteľný význam. Od svojich rodičov dostáva genetickú výbavu, ktorá má rozhodujúci vplyv na celkový rozvoj jeho osobnosti. V rodine sa uskutočňuje spoločenská adaptácia dieťaťa, jeho začlenenie do spoločnosti, sociálny status dieťaťa. Rodina je pre dieťa vzorová spoločnosť, v ktorej si osvojuje základné vzorce, návyky a stratégie správania. Poznáva základné morálne, sociálne a kultúrne hodnoty, normy a vytvára si ich hierarchiu (Vernarcová, 2005, s. 59).

„Súčasná rodina prechádza mnohými zmenami, ktoré sa vo väčšej alebo menšej miere odrážajú vo výchove detí. Životný štýl, svetonázor, postoje k svetu, k ľuďom a k sebe samým sa premietajú do postojov a presvedčení detí. Preto je dôležité, aby každé dieťa malo vytvorené pre svoje formovanie adekvátne materiálne, sociálne, emocionálne a duševné podmienky, ktoré sa pozitívne odrazia v jeho neskoršom správaní a konaní“ (Határ, Lohinová, 2005, s. 283).

V rodine sa vytvára dôvera, postoj k sebe samému, formuje sa model správania, dochádza k predávaniu noriem a zoznamovaním sa rôznych druhov sankcií. Dochádza k procesu identifikácie a zoznamovaniu sa, k poskytovaniu potrebných zručností pre plynulé začlenenie sa do spoločnosti, ale tiež k formovaniu vlastnej osobnosti a jedinečnosti. Práve rodinné prostredie vtláča tieto špecifické rysy každému jednotlivcovi (Výrost, Slaměník, 1998, s. 303-304).

„Každá rodina, podobne ako každý človek, je špecifická a jedinečná. Má svoje sily a kvality, ktoré plynú z jej individuálnych členov a z rodiny ako celku. Podieľa sa nielen na tvorbe schopnosti dieťaťa, ale i na formovaní jeho identity, prostredníctvom

prosociálneho správania. Rodina je po každej stránke prvoradá. Tu získava dieťa prvé skúsenosti tolerancie, prijatia a rešpektovania alebo aj naopak – netolerancie, pohrdania, nadmernej kritičnosti, ba niekedy aj násilia. Z hľadiska prosociálneho nazerania by teda rodina mala byť domovom lásky, kde každý nachádza istotu, bezpečie, toleranciu a porozumenie“ (Lomnický, 1999, s. 143).

K základným charakteristikám rodiny patrí súdržnosť, komunikácia medzi členmi rodiny a adaptabilitnosť. Súdržná rodina je úprimné spoločenstvo vzájomnej dôvery, podpory, ktoré povzbudí pri neúspechoch, poteší v nešťastí, podporí svojich členov, aby sa nebáli hájiť si svoje práva. Komunikácia v rodine má byť úprimná, otvorená a priama. Dôležitá je snaha nájsť riešenie, a priamo hovoriť o veciach s členmi rodiny tvárou v tvár. Adaptačný proces je schopnosť rodiny meniť štruktúru úloh, rodinných pravidiel podľa situácie a vývinových potrieb jej členov. Je to výsledok udržiavania rovnováhy medzi zachovaním niektorých prvkov z predchádzajúceho životného obdobia a priberaním nových prvkov. „V meniacich sa vonkajších podmienkach sa rodina snaží dosiahnuť vnútornú rovnováhu tým, že novým spôsobom rozčleňuje práva a povinnosti, formuluje nové pravidlá a normy, vytyčuje si nové perspektívy a utvára nové spôsoby komunikácie. Niekedy je potrebné osvojiť si nové návyky alebo aj zmeniť životný štýl“ (Hargašová, 1991, s. 38-42).

„Je nesporné, že každý človek potrebuje hodnoty, pretože mu poskytujú existenciálnu pohodu a príjemnosť. Hodnoty sa zaraďujú k tým faktorom, ktoré determinujú a regulujú správanie. Z hľadiska koncepcie zmyslu života nejde len o určujúcu funkciu hodnôt, časovo obmedzenú, dočasnú, ale o pomerne trvalú orientáciu činnosti a správania človeka, pretože hodnoty majú svoj objektívny základ v štruktúre osobnosti. Vyjadrujú taký postoj človeka ku skutočnosti, v ktorom k nej určuje svoj vzťah z hľadiska osobných potrieb a záujmov“ (Koldeová, Hupková, 2005, s. 221-222).

Hodnota je výsledkom merania kvality funkcie, daným spôsobom, akým ich ľudia používajú. Funkcie sú závislé od ľudí, od ich konkrétnej situácie a od potrieb, a od ich aktuálnych záujmov. Ľudia sa časom naučili rozdeľovať celé skupiny hodnôt podľa povahy rôznych funkcií. Dnes rozlišujeme hodnoty etické, estetické, ekologické, právne, politické, náboženské, duchovné, materiálne, kultúrne či prírodné (Brožík, 2007, s. 8-9).

„Uznávané hodnoty sa prejavujú v celkovom životnom štýle, v spôsobe života. Aj rozdiely v úrovni, kvalite, štýle, slohu či spôsobe života rodín súvisia s hodnotami, ktoré uznávajú ich členovia. Môžeme ich objavovať porovnávaním. Čo hravo zvládne

nejeden z nás, keď si trochu zamudruje, je zložitým problémom filozofie, sociológie, ekonómie, psychológie a iných vied. Hodnoty sú teda odvodené zo vzťahu človeka k svetu a určujú, aké ciele sleduje a aké prostriedky si volí“ (Hargašová, 1991, s. 92).

Rodina je miestom, kde poskytuje svojim členom potrebné zázemie, sprostredkúva skúsenosti, ktoré nie je možné získať nikde inde. V rodine sa dieťa socializuje, osvojuje si určitý štýl komunikácie a zároveň aj určitý hodnotový systém. Je dôležité, aby sa u dieťaťa v rámci socializácie a sociálneho vývinu rozvinuli tri základné prvky osobnosti. Je to schopnosť prejavovať pozitívne city, mať niekoho rád, vedieť si utvoriť emocionálne puto k niekomu, najčastejšie to býva puto k matke (Ivanovičová, Kolibová, 2005, s. 309-310).

„Rodičia sú vzorom prežívania i praktického napĺňania hodnôt, podľa ktorých sa ich deti učia orientovať v živote. Intuitívne sa učia prežívať, vnímať prežívanú zmysluplnosť či nezmysluplnosť udalostí a činností, ktoré rodičia konajú a táto skúsenosť pre nich bude rozhodujúca v situáciách, kedy sa budú sami rozhodovať, čo môže dať ich snaženiu v praktickom živote zmysel. Napríklad, či práca rodičov pre nich znamená len prostriedok na zarábanie peňazí, či sú starosti a trápenie iba životným nešťastím, ktorému sa nedá vyhnúť. Rodičia svojim osobným príkladom i spoločným riešením ťažkostí so svojimi deťmi im môžu pomôcť zaujať postoj k náročným, problémovým skutočnostiam vlastného života“ (Koldeová, Hupková, 2005, s. 226-227).

Mládež si počas dospievania hľadá individuálnu morálku. Je mimoriadne citlivá na rešpekt zo strany iných, váži si svoju slobodu a rád provokuje. Zvlášť v období dospievania vystupuje do popredia potreba správneho zamerania výchovy a vplyvu na vývin hodnotovej orientácie mládeže. Človek si v závislosti od hodnotových predstáv a názorov vytvára konkrétne zameranie záujmov. Tak vzniká hodnotová orientácia ako súhrn hodnôt, ktoré vykazujú určitú zameranosť v dôsledku svojho hierarchického usporiadania. Rodičia by sa mali vyjadriť, že majú radi svoje deti, poskytnú im šťastný domov plný lásky, úcty a akceptácie. Dospievajúca mládež zase potrebuje i určité hranice v zmysle dôsledného a pevného vedenia. Pre rodičov je dôležité, aby prejavili dostatok trpezlivosti a porozumenia voči svojim dospievajúcim deťom, aby ich dokázali v každej chvíli počúvať, oceňovali ich jedinečnosť a podporovali ich pozitívne aktivity. Pri formovaní hodnotovej orientácie mládeže je tiež dôležité, aby im rodičia ukázali, že sa pýtajú na ich názory a rešpektujú ich. „Adolescenti považujú svojich rodičov za najvplyvnejších dospelých vo svojom živote, spoliehajú sa na ich usmerňovanie pri riešení dôležitých životných otázok, morálnych volieb a vytyčovaní zmysluplných

cieľov. Tým, že rodičia na deti prenášajú svoj systém hodnôt, pomáhajú im začleniť sa do spoločnosti a dať zmysel ich životu. Mravné zásady rodičov sú pre dieťa akýmsi orientačným bodom, ktorý mu pomáha nájsť správnu cestu“ (Koldeová, Hupková, 2005, s. 227-228).

Hodnoty, ktoré človek uznáva, majú intencionálnu povahu, to sú také, ktoré sa vzťahujú k nejakému reálnemu alebo ideálnemu objektu. Rodina má intencionálnu a funkcionálnu stránku. Pri zámernom pôsobení ide o ciele a vedomé prenášanie hodnôt na jedinca, o úmyselnú snahu, aby si jedinec tieto hodnoty osvojil. Pri funkcionálnom pôsobení ide o neúmyselný prenos hodnôt. U mládeži je často výraznejší výsledok funkcionálneho pôsobenia. Hodnoty sú usporiadané podľa určitého poriadku a vytvárajú hodnotovú hierarchiu, podľa ktorej je niečo prvé a niečo posledné, niečo je preferované a niečo zaznávané. Hodnotová orientácia sa neustále vyvíja v závislosti od toho ako sa vyvíja samotný jedinec, aké nové hodnoty akceptuje v jednotlivých etapách svojho života, s akými novými motívmi svojich snažení sa stotožní a ako sa zmenia jeho záujmy (Hašková, Zálešáková, 2005, s. 291).

„Vplyv rodiny je teda veľmi silný. Ak človek vyrastá v úplnej rodine, je obklopený láskou a porozumením, dostane sa do dobrého kolektívu spolužiakov a kamarátov, darí sa mu v škole (samozrejme drobné neúspechy sa nevyklúčujú) a má stálu podporu rodičov, má viac než vynikajúce predpoklady dostať sa veľmi vysoko. Je však dôležité, aby človek počas tej cesty „hore“ nadobudol tie relatívne najlepšie hodnotové postoje. Každý človek by mal pri tejto svojej snahe o úspech byť pochopený a podporený najmä rodinou. Tá by mala byť u všetkých ľudí vždy na prvom mieste“ (Hudeková, 1999, s. 86-87).

Môžeme povedať, že hodnoty sú pre nás potrebné a závisí len od nás ako si ich budeme vytvárať a upevňovať. Rodina by nám mala dávať najmä základné morálne hodnoty ako dôveru, lásku a úctu.

1.4 Funkcie rodiny

„Rodina je jav historický. Jej funkcie závisia od výrobných a spoločenských vzťahov a kultúrnej úrovne spoločnosti. Rodina a spoločnosť sa teda navzájom ovplyvňujú a dopĺňajú. Nielen spoločnosť vplyva na život rodiny, ale aj rodina pôsobí na život spoločnosti. Prináša potomstvo, stará sa o jeho duševný a telesný vývin, o jeho zdravie a pôsobí výchovne na svojich členov“ (Rozinajová, 1981, s. 13).

Rodina je zvláštna samostatná existencia, ale zároveň je aj spätá so spoločnosťou. V minulosti sa pod vplyvom ekonomických, kultúrnych, sociálnych a politických podmienok organizácia a štruktúra rodiny postupne menila. Na základe potrieb jednotlivcov i spoločnosti sa vytvárali funkcie. Rodina v procese spoločenských zmien prechádza výraznými zmenami. Základ v rodine dávajú do budúceho života mladí ľudia. Buď sú tam citové väzby v rodine, ich kvalita, alebo pozitívna komunikácia medzi rodičmi a deťmi. Uprednostňujú sa záujmy mladých ľudí a formuje sa hodnotová orientácia. Každá stabilná a životaschopná rodina plní viacero funkcií. Rodina predstavuje bio-psycho-sociálny systém, ktorý neustále hľadá svoje miesto v spoločnosti (Kratochvílová a kol., 2007, s. 85-86).

Funkcie rodiny možno chápať podľa Ziemskej z dvoch zorných uhlov, a to z hľadiska úloh, ktoré plní voči spoločnosti a voči svojim členom. Rodina je spoločenská skupina, ktorá sa rozširuje vďaka biologickým funkciám, vďaka reprodukčnej funkcii dáva nových členov nielen vlastnej skupine, ale aj celej spoločnosti. Funkcia biologickej ochrany poskytuje ostatným každodenné služby ako je napríklad strava, udržiavanie čistoty bytu, odevu. Stará sa o toho člena rodiny, ktorý sa nemôže postarať sám o seba napríklad pre chorobu, vek, či iných príčin. „Rodina dáva spoločnosti nových občanov, odovzdáva im reč, hlavné vzory správania, záväznej v danej spoločnosti, zvyklosti a obyčaje, uvádza ich do sveta mravných a kultúrnych hodnôt. Pritom kontroluje správanie svojich členov“ (1980, s. 33-34).

Socializačná funkcia rodiny sa prejavuje vo vzťahu k deťom, ktoré vďaka tomu, že vyrastajú v rodine stávajú sa členmi spoločnosti, ale aj vo vzťahu k manželom. Pocit stabilizácie, bezpečnosti, citovej rovnováhy, možnosť citovej výmeny, ako aj podmienky na rozvoj osobnosti dáva členom rodiny psychohygienická funkcia. V tomto prípade to môže byť aj emocionálna funkcia, či funkcia prejavu citov, pochopenia a uznania, či funkcia stabilizačná, ktorá dáva členom rodiny pocit bezpečnosti. Vďaka psychohygienickej funkcii rodina upevňuje psychické zdravie spoločnosti a vytvára harmóniu psychického života občana. Rodina plní úlohy aj voči svojim členom a to tým, že uspokojuje ich rozličné potreby ako sú biologické, ekonomické i psychospoločenské. V manželstve sa uspokojujú sexuálne potreby muža i ženy, vďaka zárobkovým možnostiam členov rodiny uspokojujú sa ekonomické potreby. Rodina uspokojuje existenčné potreby členov a potreby biologickej ochrany, pričom je aj potreba starostlivosti o iných. Rodičovské potreby vychovávať deti súvisia so socializačnou funkciou voči spoločnosti. Pocit lásky a spolupatričnosti, pochopenie a výmena citov, uznanie

a úcta, pocit bezpečnosti, toto všetko v rodine uspokojujú emocionálne potreby (Ziemska, 1980, s. 34-35).

Reprodukčná funkcia rodiny je jedným z najpriateľnejších dôvodov pre existenciu rodiny. Rodina stráca na význame, pretože spoločnosť v období relatívneho dostatku sa vie postarať priamo o jednotlivca a tiež mu poskytuje širokú škálu alternatív spolužitia a reprodukčného procesu napríklad spolužitia biologických rodičov a ich detí, spolužitia adoptívnych rodičov a získaných detí, spolužitia partnerov rozhodnutých nemať deti, bezdetní manželia bez možnosti mať vlastných biologických potomkov. V posledných rokoch je stále menej poukazované na rodinu ako na významnú štruktúru, ktorej podstatou je zachovanie ľudského rodu, zaistenia potrieb dieťaťa a jeho zdravý vývoj (Výrost, Slaměník, 1998, s. 325-326).

Dať život novému jedincovi je pre rodičov radostné očakávanie pokračovateľa ich túžob a nádejí. Na materstvo a rodičovstvo sa mladí ľudia musia dobre pripraviť. Plánované rodičovstvo a príprava na rodičovské roly, by malo vystúpiť do popredia súčasnej rodinnej výchovy. Plánované rodičovstvo by malo byť súčasťou prípravy mladého človeka pre život a mal by čo najskôr uplatňovať účinnejšie spôsoby sprostredkované cez prostriedky masovej informácie, spoločenské organizácie, školu, ktoré pôsobia na formovanie mladých ľudí a ovplyvňujú ich ďalší život (Masarik, 1997, s. 66).

Materiálna funkcia bola a je i dnes dôležitá. V prípade nefunkčnosti rodiny v oblasti materiálneho zabezpečenia členov funguje v spoločnosti systém sociálnej podpory. Výchovná funkcia rodiny je prostredím, ktoré poskytuje dieťaťu základnú orientáciu vo svete a poskytuje mu všetko potrebné, aby sa zaradilo do spoločnosti. Táto funkcia sa považuje za podstatnú a nenahraditeľnú. Emocionálna funkcia rodiny je jedinečná a nezastupiteľná. Nie je viazaná na vek členov rodiny. Pre všetky vekové kategórie rodina poskytuje potrebu zázemia, prijímanie podpory a pomoci, potrebu uvoľnenia, zdieľanie zážitkov, potrebu dôvernosti, spoločných perspektív a plánov (Výrost, Slaměník, 1998, s. 326-327).

„Moderné časy priniesli popri mnohých vymoženostiach aj nemálo protikladov, negatívne zasahujúcich do života rodiny. Aj preto je príprava na manželstvo a rodičovstvo ako ich protiváha v súčasnosti oveľa naliehavejšia ako kedykoľvek predtým. Rodina aj naďalej ostane školou citových vzťahov k ostatným ľuďom, miestom odpočinku po práci, miestom, v ktorom sa odohrajú prvé kroky do života a kladú sa základy ľudského šťastia. A práve preto, že je nevie a nemôže nahradiť nijaká iná inštitúcia, bude sa jej úloha a dôležitosť aj v modernej vyspelej spoločnosti znásobovať“ (Rozinajová, 1981, s. 15).

1.5 Socializácia rodiny

„Socializácia je proces sociálneho a individuálneho rozvoja človeka. Je to jednak proces včleňovania ľudí do spoločnosti, jednak proces vývinu ľudskej osobnosti. V socializácii si človek, po prvé osvojuje kultúru (symbolickú komunikáciu, názory a poznatky, hodnoty, normy, zručnosti, vzory správania a pod.) a po druhé rozvíja vlastné, individuálne schopnosti pre aktívne účinkovanie v spoločnosti“ (Kardis, 2009, s. 117). Socializácia dôležito pôsobí na jednotlivca a spoločnosť. Vďaka socializácii sa jednotlivec môže stať členom spoločnosti a rozvinúť vlastnú osobnosť. Spoločnosti umožňuje dlhodobé fungovanie. Súčasná výchova má smerovať a viesť k poznávaniu objektívnej pravdy, zakotvenej v prirodzenom mravnom zákone a vyjadrenej v hodnotách, ako je ľudská osoba jej dôstojnosť, spravodlivosť, solidarita a láska. Výchova má viesť k hierarchii hodnôt materiálnych, konzumných, individuálnych, ale i objektívnych a základných, ktoré majú svoj zdroj v ľudskej prirodzenosti (Kardis, 2009, s. 117-118).

V súčasnom období vývoj masovej kultúry spôsobuje, že jestvuje nebezpečenstvo zníženia jeho druhej stránky a to je vplyvu mládeže na spoločnosť. „Mladý človek sa začleňuje do spoločnosti v období, keď je vplyv noriem, hodnôt a ideí oveľa intenzívnejší než v minulosti. Mládež na tento vplyv reaguje často iba adaptáciou a pasívnym osvojovaním si noriem a kultúrneho dedičstva, ako i životného štýlu predchádzajúcej generácie. V súčasnej spoločnosti tomu napomáhajú najmä koncentrácia ekonomickej i politickej moci, vznik obrovského potenciálu zábavného priemyslu, vznik tzv. masovej kultúry, rast konformity, narastajúci konsenzus“ (Ondrejko, 1998, s. 94-97). Kultúra sa stáva masovou predovšetkým odvtedy, odkedy sa stali masovými určité životné podmienky, sociálne pomery, pravda, za výdatnej pomoci sprostredkovávania kultúry masovokomunikačnými prostriedkami. Táto masová kultúra veľmi vplýva na mladých ľudí, ktorí sú závislí od trhu. Jednak i výrobcovia sú závislí, pretože sa usilujú v určitom smere ovplyvňovať mládež. Mnohí mladí ľudia sa stávajú konzumentmi produktov. Táto tržná orientácia ich uniformuje názorovo i myslení (Ondrejko, 1998, s. 97).

V priebehu socializačného procesu sú dve základné štádiá, a to primárna a sekundárna socializácia. Primárna socializácia je socializáciou človeka v detstve, je procesom, ktorý vo významnej miere ovplyvňuje ďalší život človeka. Tento proces je veľmi rozsiahly a prebieha rýchlo. Sekundárna socializácia zahŕňa všetky ostatné etapy socializácie človeka, pri ktorej si obyčajne sám volí významných iných. Po primárnej

socializácii si rozhoduje o jej podobe a priebehu. Je to od obdobia detstva až do obdobia staroby človeka. Sekundárna socializácia popri primárnej socializácii umožňuje človeku zmeniť svoj život. Je nevyhnutná, pretože život človeka prebieha v odlišných životných etapách, a že v životnom prostredí človeka sa neustále vyskytujú zmeny.

V dnešnej spoločnosti sa za najvýznamnejšie socializačné prostredia pokladajú rodinné prostredie, rovesnícke prostredie, školské prostredie a pracovné prostredie. „Rodinné prostredie je najvýznamnejším socializačným prostredím v každej spoločnosti. Často sa dokonca konštatuje, že pre primárnu socializáciu je rodina pre človeka nenahraditeľná. Rodinné prostredie totiž jednotlivcovi poskytuje nielen kognitívne, ale aj emocionálne stimuly. V spoločnosti niet iného prostredia, ktoré by počas primárnej socializácie poskytovalo jednotlivcovi emocionálne stimuly v takom rozsahu a kvalite, ako práve rodinné prostredie“ (Kardis, 2009, s. 122-125).

Rodina významne ovplyvňuje spôsob života človeka, určuje akým spôsobom sa človek začne dorozumievať, ovplyvňuje jeho politické a náboženské postoje a sociálne postavenie. „Socializácia sa uskutočňuje v konkrétnom sociálnom prostredí, kde významnú úlohu plnia najmä základné skupiny v živote človeka – rodina, škola a pracovná skupina. K nim treba pridať rôzne záujmové, z hľadiska členstva dobrovoľné skupiny. V skupinách sa prelínajú a spájajú spontánne a inštitucionalizované (formálne) druhy socializácie“ (Kollárik, 1993, s. 36). Podľa Kollárika je rodina základnou sociálnou skupinou, kde sa dieťa dostáva do sociálnych vzťahov a tým sa stáva sociálnou bytosťou. Rodina plní primárnu funkciu a pre proces socializácie sú podstatné isté charakteristiky. Súdržnosť rodiny a jej celková atmosféra je daná v hlavnej miere vzťahmi medzi manželskými partnermi, z pohľadu dieťaťa rodičmi. „Pozitívna atmosféra, úprimné a vyrovnané vzťahy medzi rodičmi určujú ráz a štýl života celej rodiny, ktorý ovplyvňuje vývin dieťaťa a podporuje u neho aj adekvátne formy správania“ (Kollárik, 1993, 37).

2 Morálka v médiách

„Morálny kontext sprevádza celý život človeka. Vlastný morálny kontext si vytvárajú aj masmédiá, osobitne televízia. Je to proces, ktorý sa bude čoraz viac prejavovať, aj keď dovoľíme, aby televízia pôsobila mimo morálneho kontextu človeka. Je preto potrebné a zároveň nutné vytvoriť taký nový kontext, ktorý umožní pochopiť médiá v súčasnej kultúre. Toto porozumenie sa formuje na priesečníku pravdy a autonómie“ (Zasepa, 2002, s. 101). Morálny kontext sa dotýka etickej výchovy a samotného obsahu posolstva médií. Morálne konanie je také konanie, ktoré podľa nášho vlastného hodnotenia bude rozvážne, nebude prekračovať rámec sociálnych štruktúr a pravidiel spoločnosti, a bude také, za ktoré preberáme plnú zodpovednosť. Je dôležité, aby spoločnosť mala definovaný súbor pravidiel, podľa ktorých možno hodnotiť javy v médiách. Televízia sa snaží nastoliť zásadu založenú na vyvolávaní povrchného vzťahu k ľuďom na okraji spoločnosti. Snaží sa nás presvedčiť, že zdravý úsudok má menší význam ako citová sympatia pre poškodené postavy bez ohľadu na hodnoty, ktoré vyznávajú. Vnímanie televízie je veľmi dôležité hlavne preto, lebo televízia ponúka možnosť spracovania informácie a jej adaptácie prostredníctvom vlastnej skúsenosti. Dokonale organizovaných spoločenských komunikačných prostriedkov, ktorých sa zmocnili nenásytné televízne stanice, musí vytvorenie istej formy „autonómneho spoločnosti morálneho dialógu“ viesť k vzniku fóra, kde bude možná hodnoverná spoločenská komunikácia (Zasepa, 2002, s. 101-104).

Morálka nie je iba vecou poznania, ale predovšetkým ľudského sebauvedomovania a ním orientovaného správania, je záležitosťou svedomia, ktoré túto orientáciu odobruje jej výsledky, presvedčenia. Je vecou jedinečnej a pritom slobodnej bytosti, ktorá je zodpovedná za svoje počínanie nielen sebe samej, ale pospolitosti, ktorej vďaka za svoju vedomú existenciu a všetkému, čo túto existenciu umožňuje (Diatka, 2005, s. 74).

„V zásade si netreba zamieňať fakt, že etika je predpokladom fungovania spoločnosti ako systémovej organizácie, s faktom, že ide o organizáciu ľudských bytostí. Morálka je síce javom spoločenským, je odpoveďou na potreby spoločenského spolunažívania ľudí, ale je to vždy morálka pre ľudí, pretože morálku si neosvojuje spoločnosť, ale ľudský jedinec ako konkrétne individuum, ako príslušník druhu“ (Diatka, 2001, s. 64-65). Spoločnosti adresujeme etický program, ale vychovávať eticky musíme každého človeka zvlášť, inak, každého znovu, pretože aj touto výchovou sa stáva človekom. Až osvojením si morálnych regulatívov svojho správania sa človek stáva schopným uplatniť svoju ľudskú podstatu.

Morálna zodpovednosť je predovšetkým zodpovednosťou ľudí a jednotlivcov. Za jej počínanie sú zodpovední jednotlivci, ktorým boli odovzdané určité kompetencie, a ktorí sú schopní zaujímať zodpovedné vzťahy predovšetkým k druhým ľuďom (Diatka, 2001, s. 65).

Morálka predstavuje súbor pravidiel vytvorených danou spoločnosťou, ktorá nimi usmerňuje svoje správanie. V morálke sú potreby a záujmy spoločnosti vyjadrené formou predpisov a hodnotení. Boli všeobecne prijaté a sú podporované silou zvyku, príkladu a verejnou mienkou. Ľudské správanie sa nedá ovplyvniť len zvonku príkazmi a zákazmi, je potrebné aj vnútorné riadenie človeka istými hodnotami a normami správania. Náš súčasný svet je charakterizovaný ako multikultúrna spoločnosť a z hľadiska pôsobenia médií je globálny. Pre novinárstvo zostáva potreba etického riadenia platného globálne (Charvát, Šefčák, 1998, s. 47-48).

Médiá zohrávajú na tému spoločenskej morálky konkrétnu úlohu. Formovaním spoločenského konsenzu môžu objasniť alebo vysvetliť niektoré problémy, iné problémy môžu ignorovať. V dnešnom svete médiá majú možnosť formovať morálnu predstavivosť miliónov príjemcov. Morálna predstavivosť zahŕňa obzor možností, ktorý je dostupný jednotlivcom aj spoločnosti. Zahŕňa také obrazy, ktoré boli istým jedincom alebo spoločnosťou uznané za primerané, určené na poskytovanie prostriedkov k sebarealizácii. Televízia je miesto na pozorovanie obrazov naplňajúcich morálnu zodpovednosť, lebo programy, ktoré vysiela, zahrňujú široký priestor ľudskej činnosti, vrátane vzdelávania, rodinného života a práce. Televíziu môžeme pokladať za významný faktor kvôli jej širokému dosahu (Zasepa, 2002, s. 125-128).

Zasepa tvrdí, že morálne formovanie človeka závisí od mnohých činiteľov. V prvom rade je to rodina a domácnosť, lebo ako prvé ovplyvňujú naše vnímanie dobra a zla. Vďaka kultúre si osvojujeme definované hodnoty a pravidlá správania. Pôsobia na nás programy mravnej výchovy, rozhovory a diskusie na dôležité témy s priateľmi, verejné debaty o ľudských právach a sociálnej zodpovednosti, na ktorých sa zúčastňujeme, alebo ich sledujeme. Ovplyvňujú nás štúdie skúmajúce naše predstavy a nápady, ktoré podporujú niektoré oblasti mravného života. Tieto činitele mnohako na seba vplyvajú. Programy spoločenských komunikačných prostriedkov sú odlišným činiteľom. Niektorí ľudia spoločne vyjadrujú znepokojenie nad vplyvom komunikačných prostriedkov na morálne formovanie človeka. V masovokomunikačných prostriedkoch, ktoré prezentujú násilie, možno postrehnúť informácie, ktoré odhaľujú nové potreby konzumentov. Predkladajú zložité osobné a sociálne potreby vo forme zjednodušených pohľadov

a postojov, pričom sa odvolávajú na nie veľmi dobré vlastnosti ľudského charakteru, ako sú napríklad moc, nenásytnosť a sebauspokojenie (2002, s. 305).

Aktívna prítomnosť spoločenských komunikačných prostriedkov podľa Zasepu osobitne audiovizuálnych ako televízia a kino veľmi silne vplyva na súčasnú kultúru. Posolstvo, ktoré odovzdávajú, ponúka model života a správania. Základom formovania etickej identity jednotlivca je vnímavý a na dialóg nastavený postoj v procese medziľudskej komunikácie, ovládanej masmédiami. Mravné formovanie sa začína etickou a estetickou analýzou audiovizuálnych rozprávání, ale končí sa sústredením na ľudí, ktorí sa s filmom zoznámili s cieľom vymieňať si rozprávania medzi členmi skupiny. (2002, s. 309-310). „Morálka a masmédiá koexistujú v dosť zamotanom vzťahu. Médiá premieňajú symbolické prostredie, ktoré sa snažíme čoraz viac obmedziť. Audiovizuálne komunikačné prostriedky utvárajú symbolický vesmír, tzv. kultúru médií so všetkými druhmi posolstiev, komunikácie, informácií, oznamov a pozvánok spojených so životom a spoločnosťou“ (Zasepa, 2002, s. 310).

2.1 Mediálna etika v praxi

Témy, ktoré zaujímajú médiá, sú nevyčerpatelne a ustavične sa rozširujú. Počítač nám ponúka možnosti, vďaka ktorému sa vzájomne prelínajú oblasti novinárov, rozhlasových či televíznych reportérov. Denne vychádzajú noviny, ktoré nám ponúkajú okrem spravodajstva a opisu bežných udalostí aj veľa zábavy. Opisujú situáciu danej krajiny aj za jej hranicami, rozširujú témy, ktoré zaujímajú väčšinu čitateľov. Prinášajú informácie o počasí, horoskopy či kuchárske recepty. Noviny sa venujú širokému spektru problémov a záležitostí, časopisy sa obmedzujú na vybrané témy a zaujímajú len istý okruh čitateľov, s rádiom sa stretáme skoro v každej domácnosti. Televízia má ohromný vplyv na novinárstvo, dostáva sa priamo k človeku, do jeho domácnosti a ako reálny odraz udalosti.

Podľa Hlowieckeho, ak sa niekto chce stať novinárom, musí získať schopnosť správne hodnotiť problémy a udalosti, zvážiť, či sú vhodné na uverejnenie, ako sa dostať k jednotlivým udalostiam a podstatným podrobnostiam, ako ich prezentovať, aby zaujali, a aby boli pravdivé, nestranné, bez predsudkov. „Nezávisle od toho, či novinári pracujú v redakcii novín alebo časopisu, v rozhlase, či v televízii, ich úlohou je vždy zaujať pozornosť čitateľa, poslucháča, diváka, informovať a povzbudiť ho. Väčšina ľudí

sa celkom prirodzene zaujíma o to, čo sa deje okolo nich, čo zaujíma spoločnosť a čo ovplyvňuje ich život“ (2003, s. 133-134).

Za novinársku etiku považujeme súbor morálnych noriem vymedzujúcich zásady, ktorými sa riadia ľudia činní v novinárskom povolání. Novinári prijali pravidlá vo svojom vedomí vo väčšej alebo menšej miere všeobecne a spontánne ich prijali ako obyčaje v dôsledku dlhodobej skúsenosti rozlišujúcej spoločenské dobro od zla. Etické normy sa vytvárajú vo vedomí novinárov a môžu byť iba s rozličnými aktuálnymi požiadavkami v súlade alebo v nesúlade (Charvát, Šefčák, 1998, s. 48).

„V podmienkach demokratickej spoločnosti, kde je sloboda považovaná za jeden zo základných prvkov, patrí medzi tieto hodnoty zásada úcty k pravde, spoľahlivé informovanie, cieľavedomé potláčanie vlastných postojov a zvažovanie vplyvu vlastnej činnosti a významu mediálneho obsahu z hľadiska verejného záujmu na jednej strane a ochrany súkromia jednotlivca na strane druhej“ (Poláková, 2006, s. 82).

Problém etiky v médiách je široký, a často obmedzený len na osobu novinára, na jeho etické a neetické správanie pri získavaní informácií a voľbe ich zverejnenia.

Sťahel upriamuje pozornosť na prostredie, v ktorom sa dnes novinár pohybuje a na možnosti novinára správať alebo nesprávať sa eticky. „Novinár sa pohybuje na priesečníku viacerých vplyvov a vzťahov, ktoré stavajú hranice jeho možností. Možností ako viac či menej úmyselne a vedome sklznúť do konania, ktoré sa dá označiť za nekorektné, nevyvážené či neetické.“ (2001, s. 108). Vydávanie tlačených periodík, novín a časopisov je v súčasnosti podnikateľská činnosť. Pre každého vydavateľa je na prvom mieste predovšetkým zisk. Novinár nemá priestor ani čas zisťovať, na koho strane je pravda. Ak to však neurobí, riskuje, že bude zneužitý na prezentovanie poloprávd. Jeho profesionálnou a morálnou povinnosťou je snažiť sa o konfrontáciu dvoch protikladných názorov k jednej téme. Novinár je týmto pádom tlačný do pozície sudcu, ktorý má verejnosti prezentovať jediný správny názor. Keď pracuje s informáciami často sa môže dozvedieť mnohé dôležité veci, ktoré si však nemá ako overiť. Teda rozhodovanie o tom, či ich zverejniť je zložitou záležitosťou, na ktorú neexistujú kritériá. Každý prípad je odlišný a individuálny. „V praxi sa veľmi často novinár musí konfrontovať s dvoma protikladnými vylučujúcimi sa tvrdeniami. Zároveň nikdy nie je priestor na ich úplné uverejnenie a nie vždy je priestor na súčasné zverejnenie stanovísk všetkých dotknutých strán“ (Sťahel, 2001, s. 108-110).

Podľa Howieckeho ľudia sa zaujímajú o udalosti z určitého zorného uhla, sú schopní dať odpoveď na zverejnenú správu alebo ju ignorovať. Adresáta správy

príťahuje taká správa, ktorá prebúdzá emócie, radosť, smútok, hnev alebo sympatie. Napríklad otvára sa nová firma, správa musí obsahovať aj to, koľko nových pracovných možností ponúka, aké najnovšie technické vymoženosti sa v nej nachádzajú. Pre novinárov sú lákavým materiálom tragické udalosti, nehody či smrť, preto, že sa v týchto udalostiach stretávame s posvätnosťou ľudského života, buď z dôvodu dôsledku zhody okolností alebo vyčňania násilia. Záujem o udalosť závisí od počtu ľudí, ktorí sú do udalosti zainteresovaní alebo ktorých sa nejakým spôsobom dotýka. Schválené zákony sa týkajú všetkých ľudí, nešťastia a katastrofy zvyčajne tiež postihnú veľké množstvo ľudí. Podstatné sú aj udalosti spojené s peniazmi ako napríklad veľké lúpeže, finančné aféry, vysoké výhry, toto všetko má vplyv na finančnú situáciu v krajine. V médiách rezonujú za dôležitejšie zlé správy, ako také, ktoré sú vopred ohlásené. Treba informovať aj o udalostiach, ktoré majú pre spoločnosť podstatný význam, napríklad stretnutia vládných činiteľov, zasadnutia samosprávy, súdne procesy či medzinárodné konferencie. O týchto a ďalších udalostiach nás informuje rozhlas, ktorý je pružnejší, televízia, noviny a časopisy sa odvolávajú na vizuálne umenie, teda obraz a jeho výrečnosť rozhodujú o kvalite správy. Noviny a časopisy nám povedia viac o tom, čo sa okolo udalosti deje, ako rozhlas a televízia, ktoré však danú udalosť podajú omnoho rýchlejšie ako noviny. Novinári musia rátať aj s tým, komu odovzdávajú správu a či adresát o ňu prejaví záujem. „Radosť z novinárskej práce nevyplýva len z možností spolupracovať s ľuďmi počas rozličných rozhovorov alebo pri príprave článku. Práca v preplnenej a „ubehanej“ redakcii je jednou z najlepších skúseností a zároveň odmenou, akú človek môže získať v živote len málokedy“ (Hłowiecki, 2003, s. 134-136).

Mediálna etika rieši v prvom rade morálne otázky činností novinárov v médiách, vytyčuje otázky nezávislosti novinára na majiteľoch a vydavateľoch, vzťahy novinára k verejnosti, jeho zodpovednosť za škody a vzťahy ku kolegom. Každý novinár by nemal vo svojej práci narúšať súkromie druhým osobám. Ku konfliktu záujmov môže ľahko prísť aj v žurnalistike. Môže nastať taká situácia, kedy je novinár zodpovedný dvom alebo viacerým organizáciám, pričom ich požiadavky na jeho správanie sa rozchádzajú. Tu by sa mal novinár zachovať ku každej strane nestranne. Novinár by si nemal za zverejnené informácie brať úplatky, klamať a nemal by vydávať cudziu prácu, ktorú by považoval za svoju (Pospíšil, Závodná, 2009, s. 77).

Snem Slovenského syndikátu novinárov v roku 1990 schválil Kódex novinárskej etiky. Zásady kódexu sú stručné, ide o morálne záväzky novinára voči recipientom jeho tvorby, voči tomu, o kom píše, voči informátorovi, redakcii, vydavateľovi

a voči vnútroštátnym a medzinárodným vzťahom. Jedná sa o mnohostranné záväzky novinára. Jeho hlavnou podstatou je pocit zodpovednosti, ktorý by mal byť aktívny v celej práci, pokiaľ mu záleží na dôvere verejnosti. Najvyššie etické ideály a zároveň aj základné stĺpy morálnej hodnoty novinára sú pravda a pocit zodpovednosti voči tým, o ktorých a pre ktorých novinár píše. U novinára je potrebný zdravý rozum, vlastné svedomie a úsudok pri aplikácii týchto etických zásad na novinársku realitu. Každé porušenie etických zásad jednotlivcom je zásahom do práva občanov na informácie. Recipient si kupuje noviny preto, aby sa dozvedel informácie, ktoré budú pravdivé. Od novinára recipient neočakáva fikciu, skresľovanie faktov, falšovanie dokumentov, zamlčovanie poznatkov a akékoľvek klamstvo. Novinár má úctu k právu jednotlivca na súkromie a ľudskú dôstojnosť, bez súhlasu príslušnej osoby nesmie písať tak, aby zasahoval do jej súkromného života. Média by mali presadzovať potrebné reformy, mali by energicky odhaľovať nepravosti a zneužívanie moci, či už verejnej alebo súkromnej. Pre novinársku prácu je nevyhnutné konať v súlade s normami. „Hodnovernosť médií spočíva vo všeobecne uznávaných predpokladoch, že informujú pokiaľ možno čo najrýchlejšie, všestranne, zaujímavo a v každom prípade pravdivo. Medzi novinárom a recipientom je viac ako nepísaná zmluva, ktorá zväzuje k pravde. Porušenie tejto zásady je spoločensky škodlivým javom. Znamená spreneverenie sa základnému profesionálnemu záväzku lebo je zneužitím verejnej mienky“ (Charvát, Šefčák, 1998, s. 50-53).

Môžeme povedať, že novinár by sa mal venovať len pozitívnemu hľadaniu spoločného dobra pre všetkých. Novinár by mal informovať verejnosť čo najpravdivejšie.

2.2 Vplyv médií, manipulácia a reklama

Záujem odbornej i laickej verejnosti o fungovanie médií, snaha politikov o preniknutie do médií, nakupovanie reklamnej plochy, toto všetko a ešte viac má významný dopad na jednotlivca a spoločnosť. Súhlasíme s Jirákom a Köpplovou o médiách „že ovplyvňujú správanie, postoje či názory jedincov, že môžu rozširovať obzory poznania, vzdelávať, pomáhať v politickom i spotrebiteľskom rozhodovaní, ovplyvňovať životný štýl (a tým i zdravie), ale tiež desiť, vyvolávať napätie, navádzať k spoločensky nežiaducemu konaniu či uvádzať omyl. A tiež, že môžu posilňovať i ohrozovať stabilitu spoločnosti, podporovať alebo naopak brzdiť spoločenské zmeny od zmien štruktúrnych po technologické inovácie“ (2003, s. 151).

Médiá majú teda na spoločnosť i jedinca nepopierateľný vplyv, ktorý vychádza z predpokladu, že médiá sú schopné kultivovať postoje spoločnosti. Publikum si zase vyberá také mediálne obsahy, ktoré zodpovedajú jeho záujmom, životnému štýlu a nálady. Účinky vplyvu médií na publikum a na spoločnosť môže mať rôzne podoby. Zosilňujúci účinok je taký, že médiá sa venujú určitej téme, alebo osobe, ktorej zvyšujú jej dôležitosť. Napríklad celebrity, väčšinou sú ľudia ktorí sa stanú zo dňa na deň známymi ľuďmi. Záleží len na médiách, či majú záujem ich popularitu rozširovať, posilňovať alebo naopak. Vplyv médií môže mať aj potvrdzujúci účinok. Tým, že médiá informácie potvrdia, máme tendenciu ich považovať za pravdivé. Je to pre nás nebezpečný vplyv, pretože médiá nám môžu skresľovať obraz sveta a viesť nás k omylu. Médiá môžu mať znečitlivejúci účinok, ktorý sa zakladá na teórii, že keď je človek dlhodobo vystavovaný určitým podnetom, skoro si na ne zvykne a považuje ich za normálne. Ďalším účinkom médií je nastolenie tém či agendy. Médiá nám priamo ponúkajú témy, o ktorých by sme mali premýšľať a zaoberať sa nimi. Určujú tak, ktoré otázky budú v danej dobe dôležité. „Obecne platí, že čím menšia je skúsenosť človeka s danou témou a jeho znalosťou v danej oblasti, tým viac ho môžu médiá pomocou nastolenia agendy ovplyvniť“ (Pospíšil, Závodná, 2009, s. 56-57).

Médiá usporadúvajú časový rozvrh dňa i týždňa tým, že noviny vychádzajú v určitú dobu, časopisy určitý deň a relácie sa tiež vysielajú v určitú dobu. Podobne aj ovplyvňujú usporiadanie priestoru, v ktorom sa pohybujeme. Tlač má v domácnosti i v zamestnaní svoje miesto, televízor je umiestnený tak, aby naň bolo vidieť zo všetkých bodov domácnosti, a naopak ten kto sedí pri počítači chce mať najviac súkromia. Vplyv médií je obrovský a neustále sa zvyšuje tým, ako médiá nadobúdajú na dominancii. Médiá pôsobia v nejakom dobovom sociálnom, kultúrnom a politickom kontexte a v nejakej momentálnej situácii. Pôsobia prinajmenšom rovnako ako iné sociálne inštitúcie napríklad ako škola a rodina (Mičienka, Jiráček a kol., 2007, s. 22-23).

Manipuláciu môžeme chápať ako druh nástroja, ktorý umožňuje vplývať na ľudí bez ich vedomia. Je to určitý spôsob ovplyvňovania jednotlivca, skupiny, či celého spoločenstva, ktorým sa zmenia ich názory a postoje, bez toho, aby si to jednotlivci alebo skupiny uvedomovali. Ide o spôsoby alebo metódy, následkom ktorých je manipulovaná osoba presvedčená, že sama je pôvodcom nejakého správania alebo že sa sama tak rozhodla, kým v skutočnosti je len nástrojom v rukách autora. Manipulácia je dnes najrozšírenejším a najúčinnjším masmediálnym nástrojom záujmových skupín, ktoré chcú získať moc (Howiecki, 2003, s. 35).

Manipulátor sleduje svoj prospech a neberie ohľad na potreby ovplyvňovaného. Metódy, ktoré používa manipulátor, človek má potom problém identifikovať ich. Určitým spôsobom manipulovania je vyvolanie a zotrvanie pocitu slobodného, ale nereálneho rozhodovania. Ovplyvňovaný je presvedčený, že je schopný slobodne sa rozhodovať, i keď už dávno podľahol v svojich myšlienkach a konaní vplyvu manipulátora. Neustály prúd nových informácií, ktoré musíme prijať nám zabraňuje zamyslieť sa nad ich skutočnou hodnotou a prehliadame tým, že ide o manipuláciu (Poláková, 2006, s. 18-19).

Metódou manipulácie je špirála mlčania. Ľudia sú ochotní brať na vedomie mienku, ktorá je uznaná za mienku väčšiny. Keď ich vlastný názor na čokoľvek je v rozpore s domnelým názorom väčšiny, radšej ho neprezradia. Zriekajú sa vlastného názoru a stotožnia sa s názorom väčšiny. V niektorých záležitostiach rozhodujúcej väčšiny jednotný názor nemusí byť rozumný, správny či mravný. V istých prípadoch môže mať menšina pravdu. Keď dochádza k potlačeniu menšiny, vzniká spomínaná špirála mlčania. Druhou metódou je efekt tretej osoby. Ľudia radi zveličujú vplyv médií na iných a podceňujú ho vo vzťahu k sebe. Podceňujú manipulácie, lebo seba považujú za odolných. Výsledkom je vplyv médií na názory jednotlivcov, hoci si myslia, že sa tomuto vplyvu ubránili. Najnebezpečnejšou metódou masmediálnej manipulácie je skrytá persuázia, ktorá má na zreteli ovplyvňovanie ľudí. Ide aj o to, keď sa hodnotenie, názor nejakej skupiny s politickým zámerom prezentuje ako pravda o realite. Skrytým prehováraním sa narába s nejasnými a viacvýznamovými pojmami tak, že príjemca správy si myslí, že ide o pojmy presné, aké im dáva producent. Skryté prehováranie starostlivo obchádza každé tvrdenie, ktoré by v príjemcovi mohlo zasiahť pochybnosť. Skrytá persuázia je manipuláciou ťažko rozoznateľnou (Hłowiecki, 2003, s. 38-42).

„Aby sme mohli účinne manipulovať informáciou, používame k tomu ešte jednoduchšie časti. Sú nimi predovšetkým slovo a obraz. Slovo je univerzálnym a v praxi dosť výhodným materiálom pre manipuláciu. Možno si všimnúť, že v medziľudských vzťahoch manipulácia prebieha najmä na báze hovoreného slova“ (Zasepa, 2009, s. 49).

Príjemca mediálnych výpovedí je v mnohých prípadoch odkázaný, aby dôveroval tomu, čo mu médiá predložia. Na druhej strane príjemca aktívne vstupuje do komunikačného procesu tým, že si vyberá médium, obsah, ktorý ho zaujíma, a reguluje spracovanie výpovede. V prípade, že sa v médiách nestretáva s tým, čo očakáva, môže nadobudnúť presvedčenie, že médiá sa ho snažia manipulovať klamlivým zobrazením a interpretáciou udalostí (Hradiská a kol., 2009, s. 361).

Nebezpečnou metódou pôsobenia médií, najmä pre rozhodovanie ľudí pred voľbami je ovplyvňovanie emócií prijímateľov. Ľudia si ľahšie a trvalejšie zapamätajú svoje emócie, pamätajú si aj udalosti, melódie, zvuky alebo obrazy spojené so strachom, pocitmi šťastia či niečoho nepríjemného. Aj televízni diváci si pamätajú emócie, ktoré vyvolala istá osoba v programe. Politika nehodnotia podľa toho, či hovoril múdro, alebo nie, pamätajú si ho vďaka emóciám, hodnotia ho podľa toho, či vzbudil sympatie, alebo antipatie. Každé médium ponúka prijímateľom iba tie najsvetlejšie stránky svojich politických favoritov (Dinka, 2008, s. 20-21).

„Disponenti manipulácie sa vo svojich činnostiach odvolávajú predovšetkým na presvedčenia adresátov, a teda na intelekt a vôľu, ale bezprostredne vplývajú alebo na ich zmysly (zrak, sluch, predstavivosť), alebo na ich podvedomie. Môže vtedy ísť o vizuálnu manipuláciu, audiovizuálnu, resp. o manipuláciu s mimozmyslovým vplyvom“ (Zasępa, 2009, s. 51).

Manipulácia prostredníctvom obrazu môže mať rôzne podoby. Televízia a internet sa rozšírili a je možnosť vnímať informácie audiovizuálne. To znamená, že príjemcovia môžu komplexnejšie vnímať a spracovávať informácie prostredníctvom slova, zvuku a obrazu. V televíznej relácii môže byť použitý obraz, ktorý vyvoláva oveľa silnejšie emócie ako slovo. Zábery ilustrujúce priebeh udalosti, nemusia byť vždy za také aj označené. Kamerou zachytený detail, napríklad detail na krvavé škvrny v aute po havárii vyvolá silné emócie a môže potlačiť kontext správy. Myšlienkové pochody príjemcu sa zameriavajú na postihnutého vodiča, vytvárajú a hľadajú sa analógie s vlastnými skúsenosťami namiesto sledovania obsahu správy. Vnímanie správy súvisí aj s prvým záberom, ktorý ho uvádza do vnímania obsahu. Nastavená udalosť môže byť zvolená ako príjemná, nepríjemná, napätá alebo uvoľnená. Prezentácia moderátora nastavuje vnímanie udalosti (Hradiská a kol., 2009, s. 365-366). „Manipulatívne účinky médií sa prejavujú hlavne stratou dôvery v konkrétneho nositeľa mediálnej výpovede, napr. strata dôvery v denník, časopis, rozhlasovú, televíznu stanicu. Prejavuje sa stratou dôvery k sprostredkovateľovi informácie, t. j. k novinárovi, o ktorom príjemca predpokladá, že prináša nepravdivé informácie alebo s nimi manipuluje“ (Hradiská a kol., 2009, s. 366). Môžeme povedať, že manipulácia je určité riadenie, usmerňovanie správania sa a postojov človeka. Jej cieľom je dosiahnutie určitej nadvlády nad jednotlivcom a spoločnosťou. Riadia nás médiá, hoci si to niekedy ani neuvedomujeme.

Veľký vplyv má na nás reklama. Latinské slovo *reclamare* znamená znovu predať. Je to komunikácia prostredníctvom ktorej jeden subjekt ponúka svoj produkt, službu alebo

ideu verejnosti s cieľom prinútiť ju k zmene postojov či nákupného správania. Prostredníctvom masových médií sa odohráva táto ponuka a jej zadávateľ za označené miesto v mediálnom obsahu platí (Reifová a kol., 2004, s. 209).

Jeden reklamný spot strieda druhý, a to v najnapínavejšej chvíli filmu. Reklamné postupy, ľudia v reklame, toto všetko je dopodrobna vopred premyslené a vypočítané. Urobiť dobrú reklamu nie je jednoduché. Skutoční odborníci majú za sebou kvalitné školy a prax. Reklama sa šíri pomocou reklamných prostriedkov a médií, ako sú noviny, časopisy, televízia, rozhlas a iné. Je viditeľnou formou marketingovej komunikácie. Má mnoho foriem a spôsobov. Dokáže osloviť široký okruh verejnosti. Je jednosmernou komunikáciou, kedy inzerant oslovuje spotrebiteľa, väčšinou keď uvádza na trh nejaký nový produkt. Reklama je účinná aj v prípade, keď treba zákazníkom obnoviť nejaký iný produkt a zdieľať nové informácie. Reklamným cieľom je informovať verejnosť o novom produkte a jeho vlastnostiach. Tým sa inzerant snaží vyvolať u zákazníkov záujem a dopyt. Ďalším cieľom reklamy je presvedčiť zákazníka o výhodnosti produktu a prinútiť ho, aby si ho kúpil. Reklama má aj pripomínať, udržuje v podvedomí zákazníka produkt, aby si na neho zákazník spomenul pri nakupovaní (Pospíšil, Závodná, 2009, s. 49-50).

„Treba si uvedomiť, že reklama má veľmi silný, nepriamy vplyv na samotné spoločenské komunikačné prostriedky. Činnosť mnohých novín či rozhlasových alebo televíznych staníc závisí vo veľkej miere od príjmov z reklamy. Zadávatelia obsahu reklám – čo je pochopiteľné – snažia sa preniknúť k publiku“ (Zasepa, 2002, s. 343). Komunikačné prostriedky v snahe získať publikum pre platiteľov reklamy musia obsah sformovať tak, aby pritiahli pozornosť príjemcov požadovaného typu, množstva a demografického zloženia. Reklamu môžeme rozdeliť na komerčnú reklamu výrobkov a služieb, verejnoprospešnú reklamu alebo politickú reklamu (Zasepa, 2002, s. 342-343). Je jednou z najdôležitejších prvkov marketingového komunikačného systému. Môže byť tvorená obrazom, písmom, rečou, hudbou, spôsobom jednania, predmetom. Ďalej môže byť vizuálna – printová, zvuková – rozhlasová, audiovizuálna – televízna, internetová. Človek si najrýchlejšie a najlepšie zapamätá pozitívne podnety, preto sú reklamy plné šťastných rodín, detí, sympatických a veselých ľudí. Reklamy najčastejšie pôsobia na naše zdravie, na naše city, ego, na pocit istoty a bezpečnosti, na výnimočnosť, ale aj na krásu a sociálne cítenie (Poláková, 2006, s. 62-63).

„V mnohých krajinách je reklama najdôležitejším zdrojom príjmov masmédií. Táto skutočnosť určuje aj ich nekorektné a servilné správanie. Obrovské sumy vydávané

na reklamu ohrozujú aj samotné masmédiá. Vzniká nebezpečenstvo, že budú považované len za nositeľov reklamy“ (Šverha, 2007, s. 41).

Televízna reklama je pre komunikáciu inzertného oznámenia veľmi účinným prostriedkom. Televízia ponúka veľké masové pokrytie a teda aj reklamu. Dokáže osloviť i celé rodiny. Dnes je to tak, že rodina sa doma schádza až večer väčšinou pri televízii. Televíziu nájdeme v čakárňach, nemocniciach a reštauráciách. Práve táto dostupnosť televízie umožňuje, že i ľudia, ktorí nečítajú noviny alebo nepočúvajú rozhlas majú možnosť sledovať televíznu inzerciu v niektorých zariadeniach. Dnes sú náklady na televíznu inzerciu veľmi nákladné a nemôže si to dovoliť každý. Väčšinou vidíme v reklamách, že svoje produkty inzerujú veľké nadnárodné firmy s dostatočne veľkým kapitálom. Rozhlasová reklama je na rozdiel od televízie osobným médiom. Jeho počúvanie je individuálnou záležitosťou človeka. Rozhlas je mobilný, môžeme si ho vziať so sebou do auta, na záhradu alebo ho počúvať pri športe. Reklama v rozhlase, ktorá je vysielaná na staniciach má určitý okruh poslucháčov s vlastnými názormi a postojmi. Reklamné spoty sú tvorené tak, aby dokázali upútať pozornosť a zamestnať predstavivosť poslucháčov. Internetová reklama je nový typ reklamy. Príslušné stránky môžu obsahovať odkazy na akékoľvek iné stránky kdekoľvek v internete. Ďalšou výhodou je multimediálnosť, to znamená, že môže publiku prinášať nielen text, ale i zvuk a video. Reklama môže prinášať i určité pozitíva. Dáva možnosť mať slobodnejší trh médií, s čím súvisí možnosť voľby, môžeme si zvoliť, či sa na reklamu budeme pozerieť alebo nie. Vďaka reklame sa skvalitňujú produkty a rozširujú možnosti výberu (Pospíšil, Závodná, 2009, s. 52-55).

Reklama je zdrojom informácií, zdrojom zábavy a rozptýlenia, prostriedkom prenášania a utužovania kultúrnych hodnôt a morálnych noriem a jedným z nástrojov socializácie. Záleží na každom z nás akú funkciu reklamy si zvolíme (Reifová a kol., 2004, s. 210).

Reklame sa vyčíta, že so zákazníkmi manipuluje, že sa v nej často porušujú etické princípy. Etika reklamy vyvodzuje z morálnych noriem špecifické, praktické pravidlá pre konanie a správanie sa reklamných pracovníkov pri výkone svojho povolania. Tieto zásady sa uplatňujú v každodennom profesijnom živote mediálnych agentúr, organizácií a mediálnych pracovníkov. V etike reklamy ide o dodržiavanie etických princíпов vyjadrených verejnou mienkou v oblasti ovplyvňovania recipienta pri nákupe tovarov a služieb (Poláková, 2006, s. 63).

„V niektorých masmédiách dennodenne ohrozuje fyzický, psychický a morálny vývin maloletých, narúša ich duševné zdravie, nabúrava emocionálne postoje, zneužíva neskúsenosť a dôverčivosť“ (Dinka, 2008, s. 271).

Ako sme už povedali s reklamou sa môžeme stretnúť všade či už na autobusovej zastávke, v čakárni u lekára, v obchodoch alebo na billboardoch. Je len na nás ako sa k samotnej reklame postavíme. Prikláňame sa k negatívnej reklame, pretože pôsobí manipulatívne, vnucuje nám iný názor, a tým pádom vplýva aj na naše city. Chce nás mať v hrsti, čo sa jej aj niekedy podarí. Reklamu pokladáme za neetickú.

2.3 Výchova v rodine a jej morálne aspekty

„Výchova je činnosť, ktorou sa formuje osobnosť človeka, jeho charakter, správanie, konanie, vzťah k ľuďom, materiálnym i duchovným hodnotám, k spoločnosti. Výchovná činnosť je zámerná. Z hľadiska cieľa ju možno charakterizovať ako činnosť zameranú na dosiahnutie vopred stanovených požiadaviek na osobnosť človeka“ (Hamarová, Holkovič, 1986, s. 47).

Zmyslom každej výchovy je, aby vychovávaný mohol získať osobnostné vlastnosti, ktoré ho urobia schopným samostatne a sociálne zodpovedne žiť. Tieto vlastnosti závisia čiastočne od povahy jedinca, ale čiastočne aj od kultúry, v ktorej žije. Človek sa musí prispôbiť kultúre, ktorá pozostáva z poriadku životných podmienok. Výchova je pomoc pri realizovaní sa človeka jeho vlastným možnostiam, je spolupôsobením podmienok na jeho rozvoj a umožní jeho sebarealizáciu v ľudskom spoločenstve. Zvlášť v rodinnej výchove stanovenie výchovných cieľov súvisí s výberom hodnôt. Niektorým veciam a javom sa prisudzuje väčší význam a k tomu sa podriaďujú aj životné aktivity. Ciele výchovy by mali byť primerané vonkajším i vnútorným podmienkam, ktorými disponuje rodič ako vychovávateľ. Vonkajšie ciele výchovy sú tie, ktoré pred dieťa nastoľuje zvonku niekto iný. Vnútorné ciele výchovy sú také ciele, ktoré smerujú k sebaučineniu človeka a súvisia s hodnotovou a záujmovou orientáciou vychovávaného. V rannom veku detí je dôležitá reflexia rodinnej výchovy. Obsahom výchovy rodiny je vytváranie zdravého života rodiny, uplatňovanie etických zásad v partnerskom a rodinnom živote, vedenie domácnosti a domáce hospodárenie, umenie rodičovskej výchovy detí a príprava detí na život. Rodičovské výchovné umenie sa viaže na zvládnutie starostlivosti o dieťa a výchovu, ktoré sa začína ešte pred narodením dieťaťa. Ide o starostlivosť a výchovu dieťaťa, o poznanie problémov u detí, vytvorenie

výchovného prostredia, zmysluplné trávenie voľného času v kruhu rodiny (Potočárová, 2008, s. 117-120).

„Dieťa nevychováme len vtedy, keď ho poučame, čo je dobré a čo nie. Vychovávame ho po celý čas, ktorý s ním trávime, keď má možnosť overovať si verbálne požiadavky rodičov v praxi, porovnávať správanie a konanie rodičov s nárokmi na konanie dieťaťa. Každodenné pôsobenie rodičov na dieťa nie je určené presným cieľom, podlieha zmenám podľa momentálnej situácie a zamerané je zväčša na korekciu nežiaducich foriem správania. Napriek tomu rodičia majú zvyčajne viac – menej presnú predstavu o tom, čo chcú zo svojho dieťaťa vychovať. Chcú, aby z neho vyrástol dobrý človek, ktorý by sa uplatnil v živote, bol úspešný v práci aj osobnom živote“ (Hamarová, 1986, s. 98). Podľa Hamarovej je pre výchovu v rodine dôležitý aj pocit domova, ktorý súvisí s interakciou tých istých ľudí a uspokojovaním potreby dieťaťa niekde patriť. Z rodiny vychádzajú prvé výchovné podnety, vzťah k práci, k vzdelaniu a ľuďom. Pôsobí na dieťa už v čase, keď ešte nie je v styku s inými sociálnymi podnetmi. Rodina je základným článkom, ktorý spája jednotlivca so spoločnosťou (1986, s. 100-101).

Život v rodine je podmienený aj potrebami spoločnosti. Deti z rodín môžu nadobudnúť pozitívne mravné vlastnosti, ako je priebornosť, schopnosť prekonávať prekážky a dôkladnosť pri vykonávaní určitej činnosti. Problémy, ktoré súvisia so životnou úrovňou môžu vplývať na výchovný proces rodiny. Životná úroveň sa zvyšuje a aj možnosti kvalitnejšieho vzdelávania. „Neodmysliteľnou náplňou rodinného života je výchova detí. Dieťa je radosťou života, no aj veľkou starosťou, lebo rodič zodpovedá za jeho výchovu za účelom správneho začlenenia sa do spoločenského života. Je prirodzenou ľudskou túžbou mať dieťa, vidieť ho rásť, rodičia mu pomáhajú riešiť rôzne životné situácie, prekonávať prekážky, vkladajú do formovania jeho osobnosti svoju nádej a sny o pokračovaní započatého diela a o pokračovaní vlastného života. Z dieťaťa vychovávame silnú osobnosť, ktorá sa dokáže postarať sama o seba, o svoju rodinu a prispeje podľa svojich možností aj k rozvoju spoločnosti. Dobře vychované deti uľahčujú prácu učiteľa, plnia si svoje študijné povinnosti, vytvárajú si dobré medziludské vzťahy“ (Masarik, 1997, s. 67-69). Vzťahy medzi rodičmi a deťmi sú dôležitým činiteľom vývoja celkovej sociálnej prispôbenosti dieťaťa. Už v prvých dotykoch dieťa získava informácie o teple, chlade, zvyká si na okolitý svet, ktorý postupne poznáva. Styk s matkou má pre rozvoj dieťaťa veľký význam. Vplýva na vytváranie jeho citových vzťahov a tým mu otvára cestu k príbuzným i ostatným členom ľudskej spoločnosti. Harmonický vývoj dieťaťa závisí aj od toho, či je rodina úplná alebo neúplná. Úlohy matky a otca

sa navzájom dopĺňajú a sú nepostrádateľné pre správny vývin dieťaťa. Správanie oboch rodičov je knihou života pre deti, z ktorej sa najlepšie učia. Otec a matka musia svoje dieťa živiť, zabezpečovať ho po materiálnej stránke a aj ho s láskou vychovávať. Mocné výchovné prvky ako pohladkanie, poláskanie, pohranie sa majú pre dieťa veľký význam, ktoré im rodič poskytuje. Ďalej sa rodičia starajú o harmonický, fyzický, intelektuálny, citový a morálny vývoj dieťaťa. Dieťa musí vedieť a cítiť, že ho rodičia majú radi, že sa oň starajú a vytvárajú mu pocit životnej istoty (Masarik, 1997, s. 68-69).

Aplikované výchovné techniky zo strany rodičov sú autokratické a liberálne. Pre autokratický štýl výchovy je charakteristická dominancia zo strany rodiča, jeho rozhodovanie o všetkých záležitostiach dieťaťa a nepripustenie určitých odchýlok. Liberálne výchovné pôsobenie spočíva v úplnej voľnosti dieťaťa a s tým súvisí aj forma trestania za porušovanie noriem a odklon od nich. Miesto dieťaťa v rodine je objektívnou skutočnosťou, ktorá je daná poradím príchodu detí do rodiny. „Každé z narodených detí v rámci danej rodiny prichádza do odlišných sociálnych podmienok, čím je daný aj ich odlišný vplyv na dieťa. Prvorodené dieťa je v inej situácii ako druhorodené. V rodine vznikajú nové vzťahy a väzby pri narodení každého dieťaťa“ (Kollárik, 1993, s. 37).

Niektorí rodičia vychádzajú z toho, ako boli sami vychovávaní, aké mali podmienky a možnosti. Dieťaťu chcú dať všetko, čo majú ostatné deti, poskytnúť mu viac napríklad v materiálnej oblasti, usilujú sa mu vytvoriť vhodné podmienky na utváranie medziľudských vzťahov. „V priebehu výchovného procesu rodičia vyjadrujú požiadavky na deti, na ich činnosť a spôsob ich správania. Konfrontujú ich so skutočným stavom a hodnotia rozdiel medzi ideálnou predstavou a reálnou skutočnosťou. Svoje požiadavky i hodnotenie ich plnenia vyjadrujú verbálne alebo len celkovým správaním sa, reakciou na istú situáciu, mimikou, gestikuláciou“ (Hamarová, Holkovič, 1986, s. 47-48).

„Úlohou mravnej výchovy je pripraviť dieťa na jeho budúci život. To znamená rozvíjať zmysel pre prácu, vzájomnú pomoc, pre ochotu pracovať aj pre iných, správať sa a pracovať s ohľadom na iných. Naučiť sa spájať osobné záujmy so záujmami ostatných členov rodiny, žiť v zhode s inými ľuďmi tak v kruhu rodiny, ako aj v občianskom živote, z čoho vyplýva požiadavka vzájomnej pomoci, ochoty, spolucítania. Utváranie kolektívnych vzťahov má pri výchove pre rodinný život základný význam“ (Rozinajová, 1988, s. 140). V rámci mravnej výchovy sa rozvíja humanizmus, úcta k človeku, zdvorilosť, slušnosť, spravodlivosť a úprimnosť, tieto vlastnosti sú veľmi významné z hľadiska výchovy človeka pre jeho budúci rodinný život. Mravná výchova je základom výchovy pre život v rodine, lebo prostredníctvom nej sa pestujú mravné vlastnosti.

Základom mravných vlastností je vôľa a rozum. Vôľové konanie umožňuje prekonávať ťažkosti, plniť si každodenné povinnosti, konať cieľavedome. Tieto vôľové vlastnosti sa najviac uplatňujú vo vzťahu jednotlivca k ľuďom, práci, sebe, rodine, rodičom, súrodencom aj k manželskému partnerovi. Rodič by mal mať životný optimizmus, je to schopnosť vedieť správne oceniť prácu iných i svoju, pričom sa prelína zdravé sebavedomie so skromnosťou, nezištnosťou a sebaovládaním. Skromnosť je mravná vlastnosť, ktorá sa prejavuje v správnom hodnotení seba, vo vzťahu k iným ľuďom, v slušnom spoločenskom správaní. Vlastnosti ako vôľa, vytrvalosť a cieľavedomosť sú základom pri budovaní ostatných mravných vlastností v rodine (Rozinajová, 1988, s. 140-143).

Pokiaľ ide o charakteristiku výchovných prostriedkov a foriem výchovy v rodine môžeme chápať viacero skutočností. Výchovným prostriedkom môže byť napríklad určitá organizačná forma, sústava odmien a trestov, ale i vonkajšia či vnútorná podmienka výchovy. Výber foriem a prostriedkov výchovy je nutné podriadiť cieľom, obsahovému zameraniu výchovy a vlastnostiam cieľenej skupiny. Inštitucionálne zabezpečenie rodinnej výchovy tvoria predovšetkým škola, poradenské centrá, kultúrne a osvetové strediská, spoločenské a záujmové organizácie, cirkevné, náboženské spoločnosti a médiá. V rodinnej problematike dopĺňajú funkciu výchovy médiá, ktoré priamo alebo nepriamo pôsobia cez poradenské rubriky v novinách a časopisoch, cez programové relácie v rozhlase, filmy v televízii vzťahujúce sa na manželský a rodinný život (Potočárová, 2008, s. 126).

„Dôležitou úlohou výchovy pre život v rodine je rozvoj kladných a potláčanie záporných citov. Každá pozitívna mravná vlastnosť upevňuje rodinný život. Intímnosť medziľudských vzťahov v rodine si vyžaduje posilniť výchovu takých vlastností, ako sú schopnosť odpúšťať, trpezlivosť, tolerantnosť, znášanlivosť, taktnosť, ohľaduplnosť, jemnosť, citlivosť, prívetivosť, láskavosť, obetavosť. Nevyhnutnými vlastnosťami rodinného života sú vlastnosti, ktoré sa viažu na prejavy lásky – spoľahlivosť, vernosť, dôvera, ochota pomôcť, zodpovednosť, vzájomná úcta, úprimnosť“ (Rozinajová, 1988, s. 146).

„Správnu autoritu, úctu i vážnosť si môžu u svojich detí získať rodičia predovšetkým príkladným životom, úprimným vzťahom k deťom i k sebe navzájom, cieľavedomosťou a jednotnosťou výchovných postupov“ (Lesková, 2005, s. 348). Dieťa pre svoj rozvoj potrebuje pevné pravidlá, o ktoré sa môže oprieť a spoľahnúť sa na ne, taktiež potrebuje vyváženú lásku, ktorá ho ochraňuje a dáva mu istotu. Musí sa naučiť

rešpektovať vlastné hranice a hranice iných, tiež sa musí naučiť uvedomovať si následky svojej slobody (Lesková, 2005, s. 348-349).

„V prostredí rodiny dieťa najvýraznejšie prežíva a uvedomuje si svoje miesto v nej ako člen dôveryhodného kolektívu a viac-menej spoločnej hodnotovej orientácie. V rodine sa zachytávajú a rozvíjajú tradície ako pevné hodnoty minulosti, prítomnosti a budúcnosti, vytvárajú sa prvky národných, vlasteneckých a internacionálnych hodnôt a to v takej podobe, v akej sú interpretované, alebo prežívané a uplatňované v rodine. Rodina je v živote dieťaťa určitým vzorom pre riešenie mnohých životných situácií a rozhodovanie sa v nich. Vzťah otca a matky a ich spoločný prístup k deťom sú určitými príkladmi tolerancie, spoluzodpovednosti, vzájomnej úcty, či pracovnej zameranosti. Práve vzťahy medzi príslušníkmi rodiny môžu a vytvárajú základy vzťahov k iným ľuďom, utváranie vzťahu k príslušníkom iných národov, rasy, vyznania, presvedčenia a ďalších prejavov vonkajších hodnôt života“ (Danek, 1999, s. 57).

Morálka v rodine predstavuje určité úlohy rodičov, ktoré by mali svojim deťom poskytovať. Rodičia by mali v prvom rade dávať svojim deťom lásku a to v podobe dotykov, hier, prijímania sa pohľadmi. Toto všetko prispieva k modelu vzájomnosti, prijatiu osobnej telesnosti a jej prežívaniu ako prameňa citovej komunikácie. Rodičia by mali rozvíjať hodnoty a dôveru medzi členmi rodiny. Taktiež by mali byť vzorom pre svoje deti a zaujať správny postoj a stanovisko k problémom. Za základ sa kladie aj schopnosť rodičov komunikovať, počúvať tak, aby aj deti boli vypočuté (Felice, 1999, s. 19-21).

„Kvalita vzťahov v rodine vytvára atmosféru najužšieho prostredia, v ktorom dieťa nachádza svoje miesto, istotu, ale aj citovú vybavenosť, tak nevyhnutné pre život. Vzťahy v rodine formujú aj vzťahy dieťaťa voči iným ľuďom, životu, precitňuje zodpovednosť za iných na základe príbuzenských vzťahov, pomáhajú vytvárať vlastný úsudok, motivujú k premýšľaniu, ale hlavne, sú zázemím bezpečnosti a istoty, prípadne naopak, čo dospievajúceho výrazne ovplyvňuje pri hodnotení života a celkovej orientácii v ňom. Vo fungujúcej rodine sa buduje vzájomná dôvera ako prejav úcty a existujúcich citových väzieb“ (Danek, 1999, s. 56-57).

3 Formovanie rodiny prostredníctvom médií

„Sledovanie televízie je bezsporu významnou každodennou súčasťou života veľkého počtu rodín. Otázka vplyvu televízie na rodinu a kvalitu života v rodine sa spravidla objavuje spolu s predstavou, že jednotliví členovia rodiny majú rozdielne preferencie, pokiaľ ide o výber relácií, a že rodina upadá pred obrazovkou do pasivity“ (Burton, 2003, s. 369).

Prostriedky masovej komunikácie sú súčasťou rodinného prostredia, kedy sa s nimi dieťa stretáva už v predškolskom veku. Nevie čítať, ale už sleduje televíziu a počúva rozhlas. Rodina určuje a vyberá, ktoré programy v televízii a v rozhlase sa budú sledovať, ktoré noviny a časopisy sa budú odoberať. Médiá sú súčasťou voľného času, ktoré deti v školskom veku absolvujú prevažne v rodine. Rodina by mala určovať, koľko času budú deti venovať sledovaniu prostriedkov masovej komunikácie. Rodičia by sa mali vyjadriť ku kvalite programov, k ich obsahu, spôsobu spracovania, umožňujú prenášať poznatky do postojov, názorov a skúseností. Dnes sa už aj členovia rodiny aktívne zúčastňujú na tvorbe programov, súťaží a relácií (Hamarová, 1986, s. 46-47).

Médiá umožňujú ovplyvňovanie veľkých skupín ľudí naraz. V 20. Storočí prešli médiá prudkým vývojom od tlačených médií cez obrazové médiá až po rozvoj elektronických technológií. S narastajúcou rýchlosťou sa nové formy komunikácie stali súčasťou denného života rastúceho okruhu príslušníkov spoločnosti. Deti a mládež sa s médiami každodenne stretávajú v rodine, v škole i vo voľnom čase. Prostredníctvom médií deti a mládež získavajú informácie o svete dospelých, uspokojujú a rozvíjajú svoje záujmy, inšpirujú sa pre nové spôsoby zábavy, prežívajú chvíle napätia, dobrodružstva, umenie dosiahnuť stanovené ciele. Médiá majú aj negatívnu stránku a to, že preceňujú divácky a užívateľský prístup na úkor vlastnej aktivity a spoluúčasti, propagujú násilie a agresivitu. Môžeme rozlíšiť rôzne formy vzťahu medzi mládežou a médiami a to deti a mládež sa stávajú predmetom záujmov médií určených dospelým, médiá hovoria o deťoch. Stretávajú sa s nimi ako užívatelia, čitatelia, poslucháči, diváci, teda médiá hovoria k deťom. Deti sa podieľajú autorsky, organizačne alebo technicky na mediálnej tvorbe, teda deti hovoria prostredníctvom médií (Hofbauer, 2004, s. 128-129).

V rodine, kde je voľný čas viacej strávený pred médiami, tak tu sa postupne vytráca komunikácia medzi členmi rodiny.

3.1 Vplyv a účinky médií na deti a mládež

Deti začínajú sledovať televíziu už vo veľmi útlom veku. Zhruba vo veku dvoch rokov deti pozorne sledujú, ale ich pozornosť je krátkodobá. Rodičia ovplyvňujú prvé vytváranie kontaktov s obrazovkou a postojov k nej, dieťa si potom vytvára návyk aktívneho sledovania programu a svoj záujem o sledované obrazy vyjadruje citovým zaujatím. Ak ho program v televízii zaujíma, má z tejto činnosti radosť, ak ho nezaujíma, volí inú možnosť televízneho programu. „Už v ranom detstve teda prebieha dôležité obdobie pre formovanie postojov dieťaťa k televízii. Ak rodičia nechajú svoje dieťa samo sedieť pred obrazovkou televízora, hrozí, že sa stane pasívnym a zaostane vo vlastnom vyjadrovaní, pretože sa nemá koho spýtať na to, čomu nerozumie. Nielen pozitívne, ale aj negatívne spôsoby správania, ktoré videlo v televízii, môže prijať za vzor a jeho správanie sa môže orientovať týmto smerom“ (Hradiská a kol., 2009, 354).

Do roku 3 – 4 rokov väčšina detí nie je schopná rozlišovať medzi tým, čo je v televíznych programoch realita a čo fikcia. Televízia je pre deti zdrojom vierohodných a reálnych informácií. Hoci aktívne hľadajú zmysel sledovaného obsahu, priťahuje ich viac rýchlý pohyb, zmeny na obrazovke, rozličné prostredia, neočakávané zvuky a nezvyklé obrazy. Ovplyviteľné sú aj deti v predškolskom veku, ktoré dokážu lepšie spracúvať informácie o príbehu, pretože vedia predvídať a zamerať sa na dôležité časti príbehu. Dokážu si lepšie uchovať informácie v pamäti na základe ich dôležitosti a spájať to, čo vidia, s tým čo očakávajú, že sa stane (Hradiská a kol., 2009, s. 354-355).

„Deti majú tendenciu vžívať sa do sympatických aktérov príbehov, z príbehov vyberajú to, čo je pre ne osobne atraktívne a významné. U detí v školskom veku hrozí, že z nudy, nedostatku iných činností alebo pasivity budú sledovať televíziu v každom čase a všetko bez výberu. Často sa odpútajú pomocou sledovaného príbehu od reality a dostávajú sa do denného snenia, v ktorom prekonávajú pocity úzkosti a neistoty. V tomto veku sa tiež objavuje silná potreba konformity s vrstovníckou skupinou, ktorá môže viesť k zvýšenému sledovaniu určitých televíznych programov a filmov“ (Hradiská a kol., 2009, s. 355). Obdobie adolescencie je dôležité, pretože práve v tejto fáze vývinu sa formuje a stabilizuje hodnotová orientácia človeka, ktorá určuje celkovú životnú orientáciu, životný štýl, obraz o sebe, o svete a o živote. Idoly, ktoré sú ponúkané v televízii zázračne pôsobia na dospievajúcich, ktorí trávia svoj čas pred obrazovkou. „Adolescent je však už dostatočne zrelý na to, aby rozoznal a identifikoval otvorené formy násilia v ponúkaných obsahoch. Nebezpečné je však „skryté“ násilie, ktoré nemá tradičné,

klasické vlastnosti násilia. K skrytým formám násilia patrí napr. prezentovanie deformovaných hodnôt, zameranie na konzum a pod. To sa môže premietnuť v hodnotovej hierarchii dospievajúcich a ovplyvniť ich reálny život, názory, postoje a správanie“ (Hradiská a kol., 2009, s. 355).

Mládež má sčasti vytvorený vzťah k čítaniu novín a časopisov. Mladí ľudia nečítajú celé noviny, ale si vyberajú oblasti, ktoré ich zaujímajú. Medzi najobľúbenejšie patria črty zo súčasného života, príbehy, reportáže, články o športe a zábave. Malý záujem prejavujú o správy z politických, ekonomických udalostí doma i vo svete. Mládež takto nedokáže dôkladne a s porozumením postihovať základné informácie a vzťahy. Rozhlas je médium, jeho počúvanie znamená väčšie zaťaženie ako pri prijímaní informácií z televízie a tlače. Rozhlas je masovokomunikačný prostriedok, ktorý dokáže v rýchlosti a pohotovosti šíriť informácie. Tieto rozhlasové informácie sa môžu prijímať súbežne s inou činnosťou. Počúvanie rozhlasu je rozptýlené do celého dňa u väčšiny poslucháčov. Mládež si vyberá a počúva najmä hudobné programy, v ktorých najviac dominuje populárna hudba a vysielajú sa pravidelne. „Počúvanie rozhlasu s pribúdajúcim vekom narastá. Charakteristická je pre mládež výberovosť programov podľa obsahového zamerania, žánrov, druhov programov. Počúvanie rozhlasu súvisí s ich voľným časom, často je využívaný aj ako sprievodná kulisa pri iných činnostiach. Silným motívom mládeže pri využívaní rozhlasu je aj sebvzdelávanie. Rozhlas má veľkú schopnosť duševne aktivizovať poslucháčov a umocňovať obsah vysielania, ktorý recipient prijíma“ (Gogová a kol., 1995, s. 77-79).

Film má pre mládež veľký vplyv. Najmä filmy a videofilmy zo zahraničia prinášajú nepriaznivý vplyv na deti a mladých divákov. Ide o filmy napríklad akčné, kriminálne, fantastické, hororové, ktoré sa vyrábajú so zámerom vtiahnuť diváka do deja napätia, neistoty a násilia. Týmto sa ovplyvňuje sociálny rozvoj detí a mládeže, a jej hodnotový systém. Potom v bežnom živote považujú mladí ľudia násilie za správne a bežné. Televízia najviac ovplyvňuje spôsob života detí a mládeže. Vo veľkej miere odráža výrazne svojou auditívno – vizuálnou podstatou, dynamičnosťou a názornosťou objektívnu skutočnosť. Informácie z televízie majú zvláštnu psychologickú príťažlivosť. Informačné programy majú za cieľ podávať spoločensko – politické, ekonomické kultúrne, športové informácie, ktoré charakterizujú aktuálnosť a novosť z rôznych oblastí života. Mládež tieto programy sleduje menej. Vzdelávacie programy majú sprostredkovať poznatky z oblasti vedy, techniky, zručnosti a prispievajú k zvyšovaniu úrovne vzdelanosti. „Časť vzdelávacích programov je určená aj mládeži. Tieto vzdelávacie programy sú prispôbené

intelektovej úrovni a stupňu pripravenosti a možnostiam percepcie. Sú to prírodopisné programy, programy o vede a technike, atď. Záujem mládeže o tieto programy je pomerne menší ako pri sledovaní zábavných programov. Mládež neprijíma tieto relácie, pretože sa vysielajú v nevhodnom čase, ich obsahová príťažlivosť nie je zaujímavá, mládež nepociťuje potrebu doplniť si vedomosti prostredníctvom vzdelávacích televíznych programov. Iba istá skupina mládeže sleduje so záujmom vzdelávacie programy“ (Gogová a kol., 1995, s. 80-82). Televízia stále hľadá dostupné príťažlivé formy na odovzdávanie informácií, poznatkov a zábavy, pre divákov i pre deti a mládež. Aby televízia zaujala diváka musí vedieť spájať do celku poznatky určitej vednej oblasti a zábavu a niekedy aj informácie so zábavou. Vplyv televízie na mládež je veľký. Video, ktoré významne ovplyvňuje mladého diváka, sa považuje za trend súčasnej techniky i zábavného priemyslu v audiovizuálnej oblasti. „V posledných rokoch vplyvom neobmedzeného importu filmov zo zahraničia a možnosťami sledovať satelitné programy televízie, dostávajú sa k našim mladým divákovi filmy plné násilia, agresivity a krutosti. V procese socializácie detí a mládeže televízia a videofilm významne ovplyvňuje zdravie spoločnosti i mladých divákov, ich hodnotový systém, dochádza k zmenám správania, vedomostí, postojov, k zmenám emocionálnej oblasti“ (Gogová a kol., 1995, s. 82).

K negatívnym vplyvom pôsobenia médií na deti a mládež, ktoré sa prejavujú v rôznych vývinových etapách patrí narušenie pozornosti detí, ktoré je dôsledkom dramatickej zložky televíznych programov. Dejové zvraty prebiehajú veľmi intenzívne, a pri pravidelnom sledovaní sa znižuje schopnosť koncentrácie na činnosti. Napríklad dieťa má neschopnosť sústredene počúvať pokojné rozprávanie a sústrediť sa na výklad v škole. Médiá narúšajú hodnoty autentických zážitkov, a to tým, že priveľa hodín pozerania televízie znižuje citlivosť na to, čo v reálnom živote deti prežívajú. Reálne zážitky sa im zdajú menej zaujímavé v porovnaní s tými, ktoré sprostredkovávajú médiá, tie sa im javia ako pútavé a neobyčajné. Takto môže dôjsť k strate zmyslu pravosti života. U detí sa obmedzuje rečový prejav na jednoduché vyjadrovanie, počuté z médií a tým sa zhoršuje rozvítý jazykový prejav, súvislé vyjadrovanie myšlienok a pocitov sa stráca. Deti si vynucujú sledovanie neprimeraných relácií s odvolávaním sa na komunitu spolužiakov, kamarátov, ktorým je sledovanie napríklad kriminálnych prípadov v neskorých večerných hodinách dovolené. Médiá podávajú obraz karikovaného detstva, v ktorom je detstvo prezentované ako niečo šašovské a neposlušné. Nadmerný čas strávený s médiami sa spájajú aj zdravotné následky detí ako napríklad obmedzený pohyb

na čerstvom vzduchu, choroby chrbtice, zhoršenie zraku, poruchy nervového systému a obezita (Hradiská a kol., 2009, s. 356).

Ústav prognóz a školstva realizoval v roku 2003 výskum, ktorý bol zameraný na voľný čas stredoškolskej mládeže. Výskum sa sústredil na sledovanie televízie, čítanie časopisov, počúvanie rozhlasu a výpočtovej technike, ktorý skonštatovala Bujnová. Podľa zistených výsledkov 78,7% mládeže sleduje televíziu denne, pričom z rôznych televíznych relácií dominuje film. Nie každý film spĺňa kritériá výchovy a častokrát má na diváka negatívny vplyv, nemôžeme poprieť, že ponúka rôzne vzory rodinného života, vzory riešenia životných situácií, ktoré môžu byť poučné. Mládež obohacujú také filmy, ktoré svojim obsahom sa podieľajú o rozličné informácie z oblasti partnerských vzťahov a rodičovstva, zároveň so silným emotívnym zážitkom. Seriály zo skúmaného súboru sleduje 31,2% mládeže. Sledovanie televíznych programov v rodinnom kruhu vytvára možnosti na rodinné rozhovory a diskusie, kde môžu rodičia a deti konfrontovať svoje názory, prehodnotiť svoje postoje a vytvoriť prostredie pre výchovné pôsobenie rodičov. Knihy, časopisy a noviny plnia vzdelávaciu, zábavnú a rekreačnú funkciu. Výskumom sa zistilo, že jeden až dvakrát týždenne číta knihy takmer polovica opýtaných študentov. Dennú tlač číta 44% študentov a časopisy až 71,9% respondentov. Dominancia časopisov je prispôbená ľahkým prístupom, dostupnou cenou, aktuálnymi správami, obrazovým materiálom a inými faktormi. Časopisy v istej miere poskytujú dostatok informácií o otázkach partnerských vzťahov, sexuality a rodičovstva. Podľa výsledkov výskumu rozhlas počúva denne 59,3% stredoškolskej mládeže, ktorý ponúka poslucháčom viac hudby ako akékoľvek informácie. Výpočtová technika je najnovším masovo-komunikačným prostriedkom. Internet a práca s počítačom sú dnes neoddeliteľnou súčasťou života mladých ľudí. Toto médium má veľké riziko negatívneho vplyvu, pretože na internete je veľký počet nevhodných stránok pre deti a mládež (2005, s. 32). Môžeme povedať, čo z týchto štatistík vyplýva, že deti venujú viac času televízii a celkovo viac času médiám, ako akejkolvek inej aktivite. Médiá tvoria pre deti a mládež najvýznamnejšiu zložku ich voľného času.

3.2 Pozitívny a negatívny vplyv masmédií

„Noviny, časopisy, rozhlas, televízia sú z cele nepochybne konštitutívnym rysom súčasných (post) industriálnych spoločností a súčasne významnými reáliami nášho každodenného života. Médiá predstavujú fascinujúcu oblasť pomerne rýchlo prijímaných

a využívaných technologických inovácií. Súčasne sú to sociálne inštitúcie verejného a politického života na jednej strane a prostriedky naplnenia súkromia a potreby zábavy a reakcie na strane druhej. Sú ale i svojbytnou formou kultúrnej produkcie, ktorej niektoré aspekty (napr. žurnalistika) sú pre médiá typické. Z cela nepochybné je, že médiá sa podieľajú na podobe nášho každodenného života a sú jedným z príznačných rysov našej súčasnosti“ (Jiráková, Köpplová, 2009, s. 47).

Nové vymoženosti vedy a techniky ponúkajú človeku možnosť stále lepšie a kvalitnejšie využívať voľný čas. V súčasnosti v rodinách pôsobí na voľný čas, možnosti zdokonaľovania a možnosti duchovne rásť okrem novín a rozhlasu veľmi populárna televízia. Je prostriedkom masovej komunikácie, ktorý najviac mení formy vzdelávania nielen dospelých, ale aj detí a mládeže. Televízia je akýmsi programom pre rodinu, pretože jej sledovaniu sa venujeme predovšetkým doma, v rodinnom kruhu. „Televízia predbieha iné formy výchovného pôsobenia a pretvárania človeka. Pôsobí na ľudí rozličných vekových kategórií, s rozličnou vzdelanostnou a kultúrnou úrovňou. Televízii ako programu, ktorý pôsobí priamo v rodine, sa ponúka veľká príležitosť poskytovať rodine širšie obzory v oblasti výchovy a vzdelávania, aby mohla ešte kvalitnejšie plniť svoje poslanie pri formovaní nového pokolenia“ (Rozinajová, 1984, s. 118).

Podľa Zasepa sa televízia prispôsobila našim modelom prežívania voľného času, jej program je zostavený tak, aby oberal divákov o voľný čas. „Ak máš voľných tridsať sekúnd, televízia ti ponúkne tridsať sekundový program, ak máš hodinu alebo pol hodiny, aby si vyplnil čas medzi večerou a čímkoľvek, dostaneš správy, a ak máš k dispozícii tri a pol hodiny, môžeš si v sobotu popoludní pozrieť zápas“ (2002, s. 139). A takto venujeme svoj voľný čas televízii. Sledovanie televízie je pôžitkom pre naše oči a uši, pôžitkom estetickej podstaty, ktorý je spojený s praxou (Zasepa, 2002, s. 139-141).

Človek je priťahovaný belasým žiarením televíznych obrazoviek, kde nachádza dar pre svoje voľné chvíle, poučenie i kultúrne využitie, ale tiež môže v nich však nájsť aj ničujúcu infekciu, ktorá zožiera jeho osobnosť. Aktivita človeka závislého na televízii sa obmedzuje len na pohyb prstov, ktoré stláčajú diaľkové ovládanie. Televízia sprostredkúva politické udalosti, kultúru, aktuality a sú v nej aj hodnotné programy. Z televízie sa môže stať užitočný spoločník, skutočný zdroj vzdelávania, kultúrno-duchovný zážitok a ušľachtilá zábava (Šverha, 2007, s. 54-55).

Televízia je prístupná, každému dostupná, populárna, pôsobivá a má naozaj najmasovejšie pole pôsobnosti. Ako prostriedok masovej komunikácie ponúka výchovu a vzdelávaniu veľmi sľubnú perspektívu. Sľubuje pozdvihnutie vzdelanostnej úrovne

najširších vrstiev obyvateľstva a to mladým a starým generáciám (Rozinajová, 1984, s. 118).

„Audiovizuálne médiá disponujú v porovnaní s ostatnými médiami mnohými prednosťami. Ide najmä o značný potenciál zaujať diváka, prilákať a udržať jeho pozornosť, či sprostredkovať vzory a morálne hodnoty. Na rozdiel od novín, kníh či rozhlasu má konzument oveľa menšiu slobodu, čo sa týka vlastných predstáv a interpretácií. A práve v tom spočívajú mnohé úskalia. Televízia má široký dopad na divácku obec. Fakt, že televíznymi prijímačmi je vybavená drvivá väčšina slovenských domácností, svedčí o významnosti úlohy, ktorú toto médium zohráva v procese enkulturácie, v mediácii univerzálnych hodnôt, názorov a presvedčení. Poskytuje nám množstvo, v dnešnej dobe už neodmysliteľných výhod, ktoré možno klasifikovať ako tri najdôležitejšie funkcie – informovanie, vzdelávanie, zábava“ (Petranová, 2006, s. 94).

Pre mládež sa ovládanie informačno – komunikačných technológií stáva prirodzenou súčasťou ich každodenného života. Internet predstavuje komunikačné a sprostredkujúce médium, ktoré vytvára sociálny priestor. Síce je pasívnym skladom poznatkov a zdrojom informácií, no aj napriek tomu funguje vlastným „životom“, v ktorom sa uskutočňujú rôzne aktivity, súkromné aj pracovné dialógy medzi ľuďmi, vytvárajú sa rôzne skupinové vzťahy. Internet poskytuje informácie, možnosť vysokej rýchlosti vzájomných kontaktov, anonymitu, odbúravanie zábran, vytváranie pocitu bezpečia a znižovanie pocitu osobnej zodpovednosti. Ďalej internet poskytuje možnosti rýchlej komunikácie, vytváranie platforiem pre nové formy dištančného vzdelávania, pre elektronické obchodovanie a elektronické bankovníctvo a má možnosť vytvárať virtuálny svet. Internet so sebou prináša aj rizikové faktory ako napríklad vytváranie počítačovo - gamblerských závislostí, uprednostňovanie virtuálnych vzťahov pred reálnymi, chorobné používanie internetu, závislosť na chatoch, on-line nakupovaní, negatívne dopady na fyzickú kondíciu a poruchy spánku. „Na jednej strane ľudia sú síce prostredníctvom internetu schopní komunikovať otvorenejšie (čo poskytuje veľké možnosti napríklad pre oblasť poradenstva a psychoanalytických terapií), no na druhej strane internetová anonymita a strata zábran zvädzajú ku klamstvám, bezohľadnosti a niekedy i k agresívnym prejavom (t. j. dochádza k uvoľneniu správania, ktoré je v bežnom živote, založenom na priamych osobných kontaktoch, kontrolované a tlmené. V súčasnosti sa už bežne hovorí o potrebe tzv. netiky – sieťovej, internetovej etiky. Netika by mala vytvárať súbor všeobecne platných (nadmárodných, multikultúrnych)

pravidiel slušného on-line správania v sociálnom prostredí internetu, prispôsobených elektronickým formám komunikácie“ (Hašková, Gašparíková, 2005, s. 340-341).

Medzi pozitívne účinky médií, ktoré vyplývajú istým spôsobom na príjemcu môžeme priradiť informovanie o rôznych oblastiach spoločenského, kultúrneho a hospodárskeho života, získavanie nových vedomostí aj doplnkových k už vytvorenému základu. Médiá nám sprostredkovávajú informácie, ktoré sa nedajú získať v reálnom živote, pohnútky na vykonávanie rôznych aktivít a činností, uvedomenie si dôležitosti hodnôt, ako je láska, zdravie a pomoc. Médiá nám poskytujú hodnotové estetické a umelecké zážitky, zobrazujú modely pozitívnych spôsobov reakcií v medziľudských vzťahoch a pozitívne vzory pre deti a mládež. Poskytujú nám informácie pre každodenný život, napríklad dopravné informácie a správy o počasí (Hradiská a kol., 2009, s. 366).

Medzi pozitívne charakteristiky médií patrí „komfort“ komunikácie prostredníctvom informačných a komunikačných technológií, celosvetový bezbariérový zdroj informácií, demokratickosť priestoru globálnej počítačovej siete, zjednodušenie a urýchlenie pracovných činností, najrýchlejšie univerzálne spojenie. Médiá uľahčujú prístup k vzdelaniu a k vedeckým poznatkom, znižujú hendikep spôsobený vzdialenosťou od centier vzdelávania, je aj pomocníkom pre fyzicky hendikepovaných ľudí. Sú prostriedkom účinnej vedeckej a akademickej spolupráce, prostriedkom organického spájania obrazu, zvuku a textu a sú prostriedkom naplňania funkcie komunikácie. Médiá sú novou organizačnou formou vzdelávania, to znamená, že nastáva zmena úloh učiteľa napríklad odstránenie stereotypov, zlepšenie spätnej väzby, väčší priestor pre samostatnú činnosť žiakov. Ďalej sú médiá pozitívom rozvoja virtuálneho priestoru a rozvoja počítačovej gramotnosti (Hašková, Gašparíková, 2005, 342).

„Prosociálne účinky médií nebývajú identifikované zďaleka tak často, ako účinky násilia a agresivity, ktoré sú súčasťou mediálnych obsahov. Je to tak preto, že je oveľa ťažšie pomenovať a vybrať tie časti mediálnych obsahov, ktoré majú jednoznačne pozitívny dopad na psychiku, hlavne detského príjemcu. Navyše v niektorých prípadoch rozhodnutie, či pôjde o pozitívny účinok alebo negatívny, závisí od osobnosti príjemcu, napr. opis a analýza spoločensky neprimeraného správania (krádež v obchode) môže byť pre niekoho inšpiráciou na napodobnenie, pre iného výzvou a upozornením, že ide o zlý príklad“ (Hradiská a kol., 2009, s. 367). Prosociálne správanie je zamerané na pomoc iným ľuďom. Správanie detí v reakcii na mediálnu výzvu pomôcť iným deťom v núdzi, ak je to aj podporované v rodine, dá sa považovať za altruistické správanie. Týmto smerom najmä televízia pozitívne ovplyvňuje postoje detí k iným deťom, ktoré potrebujú pomoc. Sú choré

a osamotené, a deti sa ochotne podelia a obetujú svoje hračky, ošatenie a sladkosti, aby mohli pomôcť tým deťom, ktoré to viac potrebujú. Pozitívny vplyv médií sa prejavuje aj v uvedomovaní si významu hodnôt v živote človeka ako je zdravie, rodina a láska. Médiá prostredníctvom rôznych osobností informujú o zdravej životospráve, jej vplyve nielen na fyziologické, ale aj psychologické pochody človeka. Tiež majú médiá pozitívny vplyv v informovaní ľudí o chorobách, ako boli vtáčia a prasacia chrípka, boj proti AIDS, drogám, fajčeniu a boj s obezitou. „Realizácia pozitívnych účinkov predpokladá vyspelého, aktívneho príjemcu so záujmom o hodnotné mediálne výpovede, ktoré ho obohatia. Nie vždy je to tak. Mediálne výpovede majú rôznu úroveň, sprostredkovávajú informácie tak, aby uspokojili čo najviac príjemcov bez toho, aby títo museli vynakladať psychickú energiu na ich spracovanie. Ani príjemcovia sa nestavajú k ponuke vždy aktívne. Výsledkom je nekritický a pasívny príjem mediálnych obsahov, ktorým sa venuje nadmerne veľa voľného času, čo môže byť ohrozením zdravého psychického vývoja predovšetkým detí a mládeže“ (Hradiská a kol., 2009, s. 367-368).

Tiež môžeme povedať, že nás chcú médiá vychovávať, ukazujú život rôznych ľudí v seriáloch, a týmto spôsobom nás poučujú, ale aj presvedčajú, ako by sme sa mali v rôznych situáciách zachovať.

Medzi negatívne charakteristiky médií patrí neschopnosť v záplave informácií rozlišovať podstatné a nepodstatné veci, možnosť dezinformovania a manipulovania prostredníctvom informačných a komunikačných technológií. Negatívnym znakom je aj roztrieštenosť pozornosti, taktiež roztrieštenosť a povrchnosť poznania, rýchle zabúdanie informácií a prehlbovanie digitálnych priepastí. Médiá sprostredkovávajú len „instantné“ poznatky, čiže informácie nie sú pretvárané na poznatky. Interpretačné chyby, ktoré sú spôsobené nekritickým, stereotypným, čierno – bielym a fragmentovaným myslením. Médiá majú skratkovitosť vyjadrovania, vnucujú angličtinu ako komunikačný jazykový prostriedok. Kvôli nim máme nedostatok osobných kontaktov a modifikujú medziľudské vzťahy. Médiá uprednostňujú virtuálnu realitu pred realitou, vzniká ohrozenie vyúsťujúce až do straty identity na skrývanie vlastnej identity. Rozširuje sa počítačová kriminalita, hypertrofia technického poznania a technických aplikácií na úkor citového života. Stráca sa schopnosť chápať iných (Hašková, Gašparíková, 2005, s. 342-343).

3.3 Mediálne násilie a jeho dopad na rodinu

„Obraz, slovo, zvuk – to sú nosiče informácií, ktoré k nám denne prichádzajú v podobe produktov printových a elektronických médií. Prostredníctvom nich každý recipient mediálnych produktov môže byť – a obvykle aj býva – denne svedkom násilia, ale zároveň aj voči každému recipientovi môže byť násilie použité, môže sa stať jeho objektom“ (Hajko, 2005, s. 22).

Vývoj médií od masového rozšírenia filmovej produkcie v prvých dvoch desaťročiach 20. storočia sprevádzali obavy z toho, že násilné obsahy môžu mať negatívny dopad na užívateľov, hlavne na deti a mládež. Dnes sa pozornosť sústreďuje na obsahy zobrazujúce hlavne fyzické násilie, teda zámerné telesné pôsobenie na druhého so zrejším úmyslom ublížiť mu na zdraví. Menší dôraz sa kladie na psychické násilie, teda podanie slovných urážok a citového vydierania. Fyzické násilie sa rozlišuje predovšetkým na implicitné násilie, to je také, ktoré si musí užívateľ domyslieť či predstaviť na rozdiel od explicitného násilia, čiže predvádzaného, spravidla vrátane následkov. Ďalej je to násilie faktické, ktoré je predvádzané napríklad v spravodajstve, kde je inšpirované skutočnými udalosťami a fiktívne násilie, ktoré je predvádzané vo fiktívnych príbehoch, akými sú napríklad kriminálne či akčné filmy. V počítačových hrách nachádzame predvádzané násilie a násilie v interaktívnom prostredí, kedy sa užívateľ sám podieľa vlastným rozhodnutím či priamo vstúpi do hry napríklad so záujmom po víťazstve (Jiráček, Köpplová, 2009, s. 315).

„Násilné filmy môžu zapríčiniť vážne poruchy v období dospievania a dospelosti. Ide najmä o úzkosť a prílišný strach. Zlým dôsledkom televízneho násilia na dieťa je napodobňovanie a reprodukovanie videného pri hre s kamarátmi. S týmto nebezpečným javom sa stretávame v rôznych partiách, na ulici i v školách. Šikanovanie odpozierané z filmu deti skúšajú na spolužiakoch, čo nie vždy skončí bez následkov ublíženia. Nebezpečné napodobňovanie oslabuje u detí schopnosť súcitu a prebúdza v nich nebezpečnú záľubu v krutosti, v ničení vecí. Násilie v televízii funguje ako škola krutosti. Učí ako uškodiť, ako zabíjať“ (Šverha, 2007, s. 26).

Pokúsme sa zhrnúť predstavy o možných účinkoch toho, keď je príjemca vystavovaný mediálneho násiliu. Rozlišujeme účinky na krátkodobé a dlhodobé a ďalej ich rozlišujeme na fyziologické, to je vedomím nekontrolovateľné reakcie organizmu, ako je potenie a zrýchlenie tepu, emocionálne, poznávacie, postojoyé a behaviorálne, ako sú zmeny v správaní. Medzi krátkodobé účinky zaraďujeme možnosť vyvolania

násilného či agresívneho správania, možnosť vyvolania strachu a možnosť znečlivenia voči násilnému správaniu. Medzi dlhodobé účinky zaraďujeme možné zmeny správania napríklad obavy ľudí, že sa sami stanú obeťami násilia (Burton, 2003, s. 370).

„Tvorcovia televíznych programov, ktoré obsahujú násilie, tvrdia, že mládež rada sleduje takéto scény a očakáva ich. Skutočnosť je však presne opačná. Sústavné sledovanie násilia je návykové a nabáda k ďalšiemu sledovaniu práve takýchto programov. Televízni tvorcovia, žiaľ, stále berú na ľahkú váhu dôležitý výsledok, ktorý pre nich z výskumov vyplýva: Keby deti sledovali zaujímavé vysielanie (filmy, seriály) bez násilných scén, alebo len s takými scénami, ktoré neobsahujú zbytočnú krutosť a slúžia na presvedčanie, že musí zvíťaziť spravodlivosť (zlo bude potrestané) – sledovanosť by sa nezmenšila. Samozrejme, toto od autorov programov vyžaduje veľkú námahu a vynaliezavosť. Ich intelektuálna lenivosť sa však uberá v smere primitívneho zločinu a násilia a zdanlivých očakávaní spoločnosti“ (Zasepa, 2002, s. 169).

Vplyv deštruktívnej scény na deti a mládež je mocnejší, keď násilie nie je potrestané, prináša úspech tomu, kto ho používa, keď ju hrá filmový herec, ktorý je v súkromí milý, atraktívny a obľúbený. Táto scéna slúži nejakému „vyššiemu cieľu“ a je realisticky a pomerne podrobne vykreslená, ktorá býva často návodom na zločin. Dnes má násilie mnoho podôb v postojoch divákov a to syndróm obety, kedy časté sledovanie programov plných násilia vyvoláva v mladom človeku strach a nedôveru. Vtedy je vlastný strach dôvodom agresivity voči samému sebe.

Syndróm pozorovateľa znamená, časté sledovanie deštruktívnych programov v televízii utvára v človeku určitý návyk, ktorý vyvoláva psychický odstup od tohto druhu scén a vyvoláva aj odstup od tých, ktorí sa stávajú obeťami násilia. Napríklad ľudia sa menia na pozorovateľov a vôbec nemyslia na nevyhnutnú pomoc, kedy je ohrozený druhý človek. Syndróm túžby znamená, trvalé sledovanie násilníckych programov vyvoláva v podvedomí ochotu stretnúť sa s násilím a v živote ho aj uplatniť.

Syndróm nasledovania sa týka predovšetkým detí, ktoré napodobňujú a hrajú sa tak, ako to videli v televízii, pričom si vôbec neuvedomujú následky. Deti sa stotožňujú s obľúbeným hercom a dôsledky prichádzajú bez toho, aby si to sami uvedomili (Iłowiecki, 2003, s. 167-169).

Najväčšie nebezpečenstvo je v zľahčovaní násilia, a to najmä pre deti, ktoré nemajú vytvorené kognitívne štruktúry, nevedia porovnať televíznu fikciu s vlastnou skúsenosťou. Keď televízna skúsenosť predstihne v detskom vývine reálnu, vzniká nebezpečenstvo „falošného“ scenára, podľa ktorého násilie a agresivita nie sú nebezpečné. Negatívny

vplyv sa môže prejavovať u rizikových detí, ktoré sú mladšie ako 12 rokov, sledujú televíziu tri a viac hodín denne, preferujú akčné, násilné a hororové filmy, žijú v neusporiadanom sociálnom prostredí. U takýchto detí je predpoklad, že nadmerná konzumácia mediálnych výpovedí posilní ich vlastné agresívne sklony (Hradiská a kol., 2009, s. 357-359).

Účinok násilia v mediálnych výpovediach ovplyvňuje viacero faktorov a to na strane príjemcu pôsobí vek, osobnostné dispozície, mentálna úroveň, emocionálna vyspelosť a frekvencia sledovania médií. Ďalej na strane médií je obsah a forma spracovania výpovedí obsahujúcich násilie. Nakoniec je to kontext, v ktorom je takáto výpoveď prijímaná napríklad rodinné zázemie alebo mentálny psychický stav. Pôsobenie násilia v médiách je vysvetľované viacerými teóriami. Teória katarzie vychádza z vrodeneho agresívneho pudu a tvrdí, dynamické spoluprežívanie násilných činov pozorovaných u fiktívnych modelov uberá na sile prejavovať vlastné správanie.

Teória inhibície hovorí, že pozorovanie násilného správania môže u príjemcu vyvolať strach z agresie a znížiť tak jeho odhodlanie k agresívnemu správaniu.

Teória habituácie znamená, že stálym, opakovaným sledovaním televízneho násilia sa znižuje citlivosť na násilie do takej miery, že ho publikum aj deti považujú za všedné a normálne správanie.

Teória posilnenia existujúcich spôsobov správania popiera plošné pôsobenie v médiách zobrazovaného násilia. Tí, ktorí majú už sklony k násiliu, sa môže toto násilie posilňovať.

„Násilie je v médiách prezentované v podobe fikcie – násilie vo filmoch, alebo ako reálne zobrazované v spravodajských reláciách, publicistike, dokumentoch“ (Hradiská a kol., 2009, 358-360). Násilie sa však objavuje aj v hudbe, kde sú texty piesní, v ktorých sa opisujú násilné činy voči ženám napríklad znásilnenie alebo zabitie, podobne je aj vo videoklipoch. Súčasným trendom videohier sa stalo hrať v pozícii záporných postáv, ktoré získavajú body za zabitie protivníka, napríklad hry, v ktorých má účastník ubiť k smrti protivníka. Dnes je najnebezpečnejší internet, ktorý ponúka veľké množstvo informácií rôznych zameraní. Nachádzajú sa tam aj stránky, ktoré sú cielene zamerané na detského diváka, kde sú napríklad krátke animované videá o zvieratách, ktorých príbeh sa začína nevinne a končí sa drasticky ich zabitím a obrazom utrpenia. „Deti a mládež sa môžu dostať na webové stránky zobrazujúce nehody, mučenia, zohavenia, môžu opisovať, ako by chceli, aby v televíznej show zomreli známe osobnosti. Problém je v tom, že mnohé deti, ak sa dostanú do kontaktu s takýmito stránkami, považujú ich za neškodné hororové scény a nemusia si uvedomovať, že ide o ciele pôsobenie“ (Hradiská a kol., 2009, s. 360).

O vplyvoch mediálneho násilia je možné vysledovať všeobecné parametre, a tak aj jednotlivé typy účinkov. Dôležitú úlohu hrá časový rozmer sledovaného dopadu, taktiež či je účinok vyvolávaný priamo z médiá alebo sprostredkované. „Pojem mediálneho násilia je dnes popularizovaný ako jeden z najsilnejších argumentov napadajúcich negatívne účinky televíznych obsahov. Väčšina výskumov pokúšajúcich sa zistiť vplyv televízie na agresiu bola urobená v USA. Kritika sa obracia najmä proti komerčným televíziám, ktoré obviňuje z honby za ziskom bez ohľadu na akékoľvek etické hranice. Viditeľná a ľahko overiteľná je skutočnosť, že násilie objavujúce sa na televíznej obrazovke má vysokú frekvenciu výskytu. Zobrazenie násilia v médiách nutne vyvoláva otázku, prečo k tomuto javu dochádza. Funkciou násilia je najmä zaujať diváka, násilné obsahy sú z pohľadu vlastníkov médií funkčným prostriedkom zvýšenia vlastnej úspešnosti“ (Petranová, 2006, s. 95).

4 Eliminácia negatívneho pôsobenia médií

„Televíznej obrazovke priemerný človek dnes venuje stále viac času. Stráca postupne svoj vlastný svet a žije v syntetickom svete médií. Televízia vstupuje do mnohých domov v priebehu celého dňa, v niektorých rodinách býva televízor zapnutý aj počas vážneho rozhovoru, počas jedla, aj počas modlitby. Vtedy sa len stíši zvuk, aby niečo „podstatné“ divákovi neušlo. Vplyvom nekontrolovateľného vplyvu televízie sa môže v človekovi vypestovať pseudorealita. Netreba zabúdať, že televízny priestor je iluzórny, vytvára iba zdanie komunikácie a stretnutia“ (Šverha, 2007, s. 33).

Ondrejkovič sa pokúša uviesť opatrenia na ochranu detí a mládeže pred negatívnym vplyvom médií, ktoré by bolo potrebné prijať v podobe legislatívnych úprav. Mala by sa vhodne vyberať a voliť filmová, programová ponuka vo vzťahu k vekovým kategóriám, označovať filmy nevhodné pre mládež v kinách, v televízii. Počas dňa by sa nemali vysielat' relácie, ktoré by mohli ohroziť psychický a morálny vývin mládeže. Zvážiť účelnosť niektorých záberov v spravodajských reláciách vo vysielacom čase. Vylúčiť z programovej ponuky pre deti a mládež námety, ktoré poskytujú prevahu negatívnych prejavov postáv voči sebe, bez východiska v etickom ponaučení. Ďalej námety, v ktorých je páchaná trestná činnosť svojvôľou, alebo námety poskytujúce návod k trestnému činu detailnou formou. Taktiež vylúčiť akčné filmy, v ktorých je dej iba zámienkou, kulisou pre expozíciu množstva vražd, brutality a bitiek. Námety, v ktorých je popisované násilie detailne, ktorého obsahom je šikanovanie ako spôsob zábavy a námety, ktorých obsahom je vyvolávanie xenofóbie. Jednoznačne vylúčiť námety, ktorých obsahom je pornografia a podrobná expozícia erotických námetov. „Venovať pozornosť i videoklipom, nosičom hudby, počítačovým hrám, citlivo zvažovať námety, ktoré dehonestujú predstaviteľov rás, povolání, prípadne i sexuálne dezorientujúce námety“ (1998, s. 281-283).

Sledovanie televízie nemá byť východiskom z nudy. Zapnutý televízor pôsobí na nás ako magnet, od ktorého nevieme oči odtrhnúť. Rozumné je naplánovať, čo sa bude v domácnosti pozerat'. Zodpovední rodičia by mali spolu s deťmi prelistovať program televízie na týždeň a podľa vzájomného uváženia si vybrať vhodný program, ktorý si spolu pozrú. V takom prípade bude televízia slúžiť ako osožný mediálny partner. Rodičia majú byť zvedaví na to, čo ich deti v médiách najviac zaujíma. Nie je dobré, keď deti po skončení sledovania televízneho programu idú hneď spať. Vtedy sa môžu prejavíť poruchy spánku alebo nepokojný spánok detí. V mnohých domácnostiach nechýbajú

ani DVD prehrávače. Rodičia majú sami vyberať deťom také filmy, ktoré sú mravne a psychicky akceptovateľné. Je nevhodné nechávať pred televíziou najmenšie deti. Práve oni potrebujú rodičov, aby sa hneď po programe mohli porozprávať o tom, čo videli. Deťom sa tým obohacuje slovná zásoba, dokážu sa lepšie vyznať vo svojich citoch a zážitkoch. Ak pri sledovaní nevhodných filmov chýba vplyv rodičov, nebezpečenstvo výskytu negatívnych efektov je veľké (Šverha, 2007, s. 55-57). Podľa Pšeničku je tiež dôležité rešpektovanie odporúčanej dĺžky sledovania televízneho vysielania deťmi. Deti by sa nemali pozeráť na televíziu často a každý deň. Mala by sa aspoň rešpektovať odborníkmi odporúčaná dĺžka sledovania televízie a to deti do šiestich rokov by mali stráviť pri televízii 15 minút za deň. Deti od šesť do osem rokov 25 minút, od osem do jedenásť rokov 40 minút a deti od jedenásť do štrnásť rokov 60 minút (In Šverha, 2007, s. 57).

Dospelý človek má rešpektovať optimálny čas sledovania televízie. Za celý týždeň sa odporúča najviac päť hodín pre ľahkú zábavu. Do toho počtu ľahkej zábavy sa nemusia započítavať náučné programy. Pätnásť hodín je z hľadiska duševného zdravia najideálnejšie. Ak rodičia vysedávajú pred médiami denne, správneho televízneho diváka z dieťaťa zrejme nevychovejú (Říčan, 1995, s. 42).

„Problém šírenia násilia v médiách vidíme v tom, že médiá majú autoritu, sú všeobecne schvaľovaným zdrojom informácií a prístupným programom, ktoré môžu mať negatívne dopady na psychiku príjemcov, hlavne detí, legalizujú spôsoby násilia“ (Hradiská a kol., 2009, s. 360).

Doterajšie skúsenosti s prezentáciou a reguláciou násilia v médiách sa v zásade pokúšali o tri kroky a to reštrikciou, ktorá môže byť dvojakeho charakteru. Tematická reštrikcia znamená úplný zákaz vysielania určitých záberov vo vysielaní. Čiastočná reštrikcia tiež znamená zákaz určitých záberov, no len vo vybranom čase.

Alternatíva sa javí ako ideálne riešenie, snaží sa poskytnúť návody na iné využitie než pred televíziou. Vždy je možnosť ponúknuť divákovi inú činnosť, než sedieť pred televíznou obrazovkou. Napríklad možnosti cez rodinu, záujmové skupiny, športy alebo výlety.

Prevenia je zameraná na ochranu diváka pred určitým stupňom násilia. Možným riešením by bol „chip proti násiliu“, ktorý by dokázal naprogramovať televíziu tak, aby určité stupne „nepustil“ na obrazovku (Petranová, 2006, s. 96).

Na potlačení negatívnych vplyvov médií by mali mať podiel a záujem producentské a distribučné spoločnosti, ktoré by mali viac kontrolovať mediálnu ponuku, jej zaradenie

v médiách, označovanie vhodnosti pre deti a mládež od určitého veku. Samotné médiá by mali viac rozšíriť ponuku zaujímavých a vhodných programov pre deti a mládež. Deti a mládež je taká skupina príjemcov, ktorí sú otvorení ponuke, majú chuť získavať nové poznatky, preto médiá by mali byť sprostredkované novou formou s využitím technologických možností, tejto skupine blízkych a pochopiteľných. Rodičia by mali mať intenzívnejšiu kontrolu nad tým, aké mediálne obsahy sa k ich deťom dostanú. Na potlačení negatívnych vplyvov médií by rodičia mali zvoliť inú ponuku alternatívnych foriem pre naplnenie voľného času, mali by viesť otvorenú komunikáciu s deťmi, vysvetľovať im obsahy a poskytovať im spoločenské zážitky zo sledovania vhodných a hodnotných mediálnych výpovedí. Taktiež učitelia a vychovávatelia by mali deťom pomôcť pochopiť a vysvetliť mediálnu realitu a diferencovať ju od skutočnej a naučiť ich kritickému postoj k mediálnym obsahom (Hradiská a kol., 2009, 360-361). Najlepšou alternatívou by bolo, keby si rodičia s deťmi našli spoločné záujmy, venovali sa viac spoločenským hrám namiesto sledovania televízie. Hra je veľmi dôležitá vo vývoji dieťaťa, zvyšuje sa jeho schopnosť tvorenia a komunikácie. Tiež by si rodičia mohli nájsť čas na prečítanie zaujímavej knižky, ktorá by ich odpútala od médií. Rodičia by mali pre deti stanoviť, v akom čase sa bude pozerat' televízia a kedy nie je.

4.1 Vplyv rodinného prostredia na deti a mládež

Formovanie osobnosti človeka sa odvíja od rodiny. Spôsoby jeho konania, systém ním preferovaných hodnôt, spôsob používania voľného času, toto všetko sa odvíja od skúseností, ktoré nadobudol počas detstva v rodinnom prostredí a od životného štýlu rodiny. Výchovný vplyv rodinného prostredia je určený jeho základnými dimenziami, ktorými sú materiálne – ekonomické aspekty napríklad zamestnanosť rodičov, materiálne a finančné zabezpečenie rodiny. Spoločensko – kultúrne a hodnotové aspekty, ku ktorým patrí vzdelanie rodičov, vzťah ku kultúre, k ľuďom a hodnotová orientácia. Sociálno - psychologické aspekty, ku ktorým patria rodinné vzťahy, rodinná klíma, súdržnosť, stabilita rodiny a postoj rodičov k výchove detí (Hašková, Zálešáková, 2005, s. 290).

„Rodinné prostredie tvoria jej členovia, súbor podmienok, realizácia funkcií a uplatňovanie štýlov výchovy. Rodinné prostredie je prvým prostredím socializácie a výchovy detí“ (Bakošová a kol., 2005, s. 31). Rodina má veľký význam pre všetkých členov i pre spoločnosť. Pre partnerov je rodina významná z hľadiska spolupatričnosti,

je miestom uspokojovania vzájomných potrieb, prostredím relaxu, oddychu a povinností. Pre deti je rodina prostredím uspokojovania primárnych potrieb. Rodina poskytuje deťom domov, určuje životnú dráhu dieťaťa a je tu vysoká miera otvorenosti. Rodina je prvým modelom pre spoločnosť, odovzdáva tradície a je dôležitá z hľadiska udržania ľudstva (Bakošová a kol., 2005, s. 31).

„Pri výchove v rodine nestačí poznať jej cieľ, obsah. Dôležitý je aj spôsob podania žiaducich foriem a obsahov správania. Najúčinnjším prostriedkom pôsobenia na deti je vzor, príklad rodičov, ich každodenné správanie, konanie. Pre rodičov to znamená predovšetkým uvedomiť si, že sa sami musia správať tak, aby boli pre dieťa stelesnením výchovného cieľa, ktorý chcú dosiahnuť“ (Hamarová, 1986, s. 101).

Väčšina rodín, ktoré komunikujú priamo, sú schopné zvládať problémy vtedy, keď nastanú. Dieťa, ktoré vyrastá v takejto rodine má veľký predpoklad, že sa naučí zdravej komunikácii so sebou i s druhými ľuďmi a jeho sebaúcta bude vysoká. Dôležitou črtou rodinného systému, ktorý zohráva dôležitú úlohu pri utváraní zdravého rodinného prostredia a sebaúcty človeka sú pravidlá, ktoré ovládajú správanie, o ktorom sú rodinní príslušníci presvedčení, že by malo byť vykonané v danej situácii. Patria sem pravidlá ako napríklad večierka, príchod domov a domáce povinnosti (Nemcová, 2005, s. 190-191). „Predovšetkým v rodinnom prostredí je však potrebné vedome a cielene kultivovať vzťah detí k médiám a ich produktom. Úlohou rodičov je snažiť sa formovať schopnosti detí samostatne a zodpovedne selektovať z mediálnej ponuky kvalitné a hodnotné obsahy, resp. im primárne pomáhať uskutočňovať daný výber“ (Kačínová, 2009, s. 379).

Masová komunikácia v dnešnej dobe je jedným z výchovných činiteľov, ktorá ovplyvňuje vývoj a výchovu mládeže a formuje človeka. Človek počas svojho života prechádza procesom socializácie. Rodina pôsobí na každé dieťa, a to tým, že vytvára určité spoločenské prostredie, ktorého celková atmosféra a obsah sa odrážajú v jeho psychike, formujú jeho duševný stav. Človek sa dostáva do nových spoločenských situácií, nadobúda nové poznatky a skúsenosti, ktoré zároveň obohacujú jeho spôsoby správania. Na človeka vplýva prostredie v ktorom žije. „Vo výraznej miere k formovaniu človeka prispieva vplyv masovokomunikačných prostriedkov, masmédií, ktoré vytvárajú ľudia. Tento vplyv sa v súčasnosti zintenzívňuje. Po rodine je to jeden z najvýznamnejších faktorov. Rodičia a súrodenci sú prvými a sociálne najbližšími modelmi detí. Deti sú veľmi vnímavé a citlivé na správanie rodičov, považujú ich za hlavné modely. V detskej naivnej a úprimnej domnienke „kopírujú“ toto správanie a myslia si, že sú to požadované a správne formy správania. Rodina svojou prirodzenosťou prostredia

nevytvára izolovaný kruh. V rodine sa odrážajú procesy, ktoré vznikajú v spoločnosti“ (Volček, 2009, s. 240).

Je veľmi dôležité, aby rodičia pre deti plánovali a kontrolovali televízne programy. Mládež by si mala vedieť vybrať z prostriedkov masovej komunikácie diela hodnotné a vytvoriť si estetický cit práve cez tvorivý postoj k veciam a javom i vlastnými skúsenosťami.

„Z hľadiska rodinnej výchovy pokladáme za potrebné zdôrazniť, že pre deti treba programy vyberať za účasti rodičov. Dbať na to, aby deti nesledovali programy určené iba dospelým, aby čas strávený pred televízorom bol primeraný, aby nevypĺňal všetok ich voľný čas, ale aby im ostal čas aj na kamarátov, na šport a pohyb na čerstvom vzduchu. Aby si nevytvárali zážitky len pasívnou konzumáciou televízneho obrazu, ale aby sa k nim dostávali aj vlastnou aktívnou činnosťou“ (Rozinajová, 1984, s. 119).

V rodine sa môžu médiá aj pozitívne využívať. Rodičia môžu naučiť deti rozumovo svojprávne, slobodne a zodpovedne využívať médiá. Naučiť ich objavovať a využívať pozitívny potenciál médií v odlišnosti od ich negatívneho potenciálu. Médiá sa môžu stať prostriedkami rozvoja kvalít členov rodiny, prostriedkami posilnenia funkčnosti rodiny ako aj nástrojom posilnenia komunikácie v rodine. Využívať médiá na posilnenie rodinnej komunikácie znamená kontrolovať ich využívať napríklad na nadviazanie či udržanie kontaktu medzi členmi rodiny priestorovo vzdialenými. Veľký význam tu má spoločné využívanie médií a následné spracovanie mediálneho obsahu, ktoré má formu rozhovorov medzi členmi rodiny. „Spoločné rozhovory o mediálne videnom, počutom, verbalizované prežívanie detí majú veľký význam pre rodičov, nakoľko im umožnia lepšie spoznať mediálne vplyvy na deti a spôsoby ich spracovania. Komunikácia o mediálnych obsahoch je tiež prostriedkom sprostredkovania kritérií deťom na posudzovanie kvality mediálnych obsahov. Východiskom by malo byť poznanie, do akej miery mediálne výstupy posilňujú etické a morálne spoločenské normy a formy správania, rešpektujú základné všeľudské hodnoty, alebo ich spôsobom zobrazenia skresľujú, znevažujú. Zvýšenie citlivosti detí, sproblematicizovanie a v konečnom dôsledku odmietnutie nevhodných mediálnych obsahov (napr. nerešpektujúcich právo človeka na ochranu jeho intimity, propagujúcich násilie ako normálnu a akceptovateľnú formu riešenia medziludských a spoločenských konfliktov, či iné nerešpektujúce ochranu ľudskej dôstojnosti a základné všeľudské hodnoty) má význam z hľadiska formovania mediálnych kompetencií detí a mládeže ako preventívnej sebaochrany pred negatívnymi mediálnymi vplyvmi“ (Kačínová, 2009, s. 381-382).

Rodičia by mali vyberať mediálne obsahy starostlivo, mali by sa informovať z dobrých zdrojov o obsahu médií aj vzhľadom na výskyt negatívnych javov ako násilie, sexuálne scény, nemorálne príklady správania. Pre dieťa je dôležité, aby pochopilo dôvody a prijalo, že odmietnutie určitého mediálneho obsahu je v súlade s dobrom jeho osobnosti. Daný postoj si dieťa utvrdí a osvojí ako kritérium pre svoje mediálne správanie na základe vybudovanej dôvery k rodičom. Z hľadiska pozitívneho formovania osobnosti detí a mládeže je možné voliť mediálne obsahy s pozitívnym posolstvom, v ktorých dominujú ľudské hodnoty ako úprimné priateľstvo, súdržná rodina, láska medzi rodičmi a deťmi, úcta k životu, dôvera, pozitívna medzilúčská komunikácia založená na pravdivosti, rešpektovanie inej osoby a rešpektovanie ochrany intimity človeka. „Využívanie pozitívneho potenciálu médií je spojené v širšom kontexte s potrebou prehodnotiť postavenie médií v rámci rodiny (vedome a funkčne ich začleniť do rodinného života), resp. prehodnotiť význam médií v živote členov rodiny. Východiskom je médiá v rodine nielen konzumovať, ale konštruktívne využívať vzhľadom na oprávnené potreby a záujmy členov rodiny a vzhľadom na realizáciu kvalitného rodinného života ako takého. Médiá totiž môžu prispievať k vytváraniu nových potrieb jednotlivca, ale i rodiny ako spoločnosti (vlastniť niečo, čo nepotrebujem, túžiť po niečom reálne nedosiahnuteľnom). Pokiaľ členovia rodiny nebudú médiá v rodine kompetentne a zodpovedne využívať, stanú sa iba prostriedkom „požívania“. Rodičia majú svoje deti pri využívaní médií podporovať (vzhľadom na ich skutočné potreby a záujmy), čo znamená v prvom rade učiť ich kompetentne zaobchádzať s médiami, avšak tiež mať ich konzum médií (primárne v rámci domáceho prostredia) pod kontrolou“ (Kačínová, 2009, s. 383-384).

4.2 Správne využitie voľného času

V tradíciách i v súčasných podmienkach našej kultúry predstavujú rodina a škola základné činitele výchovy, ktoré ovplyvňujú vývin osobnosti a to rodina najmä vo výchove pri formovaní vlastností osobnosti, jej hodnôt a hodnotových orientácií, škola najmä vo vzdelávaní, v príprave na povolanie a na uplatnenie v spoločenskom živote. Na základe výchovy v rodine a v škole nadväzuje ďalšie pôsobenie mnohých zariadení, inštitúcií, organizácií mimo školy a rodiny, ktoré spoluvytvárajú spoločenský systém výchovy. Každý z nás by si mal vytvoriť voľný čas, čas mimo vyučovania a práce. Voľný čas chápeme ako čas pre seba, ktorý zostane človeku po splnení si určitých

povinností na vlastnú sebarealizáciu podľa vlastných potrieb a záujmov. U detí má voľný čas priestor po skončení vyučovania v škole a po ďalších povinnostiach v rodine. Obsah voľného času býva najčastejšie zameraný na oddych, regeneráciu fyzických a psychických síl, uvoľnenie po námahe, na rekreáciu, hry a zábavy a zaujímavé a iné aktivity podľa individuálnych potrieb a záujmov.

„Voľný čas je dôležitý aj z hľadiska zdravého psychického vývinu detí. Základnými znakmi voľného času sú sloboda a voľnosť. Je to oblasť slobodnej voľby, výberu možností a jeho využitie v činnosti či nečinnosti podľa subjektívnych kritérií, vychádzajúcich z potrieb a záujmov. Rozhodujúce je subjektívne prežívanie voľného času s charakteristickými postojmi „chcem“ a „môžem“, oproti povinnému „musím“. Závisí to od mnohých faktorov – od osobnosti (hlavne veku, pohlavia, záujmov, ďalších psychických a fyzických predpokladov, zdravotného stavu) aj od sociálneho prostredia (podmienok, dostupných možností, vzorov, motivujúcich podnetov), hlavne výchovy. Záujmová orientácia a celková zameranosť, výberu činností aj voľnočasových aktivít sú vždy limitované osobnosťou a možnosťami, podmienkami prostredia, v ktorom dieťa žije a ktoré ovplyvňuje jeho motiváciu, najmä hodnoty, hodnotové orientácie“ (Kratochvílová a kol., 2007, s. 109).

Prostredie, v ktorom dieťa trávi svoj voľný čas, je veľmi rôznorodé. Môže to byť domov, škola, rôzne inštitúcie a organizácie. Niektoré deti trávia voľné chvíle vo verejných priestranstvách a na ulici. V prvom rade je to rodina, ktorá by sa mala zaujímať o to, ako trávia voľný čas deti. Rodičia pôsobia na svoje deti ako vzory, buď pozitívne, alebo negatívne. Niektoré deti trávia veľa času pred televíziou, ktorá môže mať na nich veľmi silný vplyv (Pávková a kol., 2002, s. 14-16).

Vzhľadom na vek detí a ich vývin je potrebná starostlivosť o ich bezpečnosť, ochrana zdravia a vytvorenie im vhodného prostredia voľného času. Voľný čas detí a mládeže sa väčšinou líši rozsahom, obsahom, mierou samostatnosti a závislosti, nevyhnutnosťou pedagogického ovplyvňovania. Rozsah voľného času môže byť u detí nadbytkom, ktorý nevedia správne využiť. Obsah voľného času zodpovedá veku a individuálnym zvláštnostiam detí a mládeže, ktorý je väčšinou pestrejší ako u dospelých. Miera samostatnosti tiež závisí od veku dieťaťa, jeho psychickej a fyzickej vyspelosti, na rodinnom prostredí a od ponuky v danom regióne. Deti trávia voľný čas v rôznych prostrediach. Tým prostredím môže byť domov, škola, zariadenia pre výchovu mimo vyučovania a verejné priestranstvá. Tieto prostredia majú svoje výhody a nevýhody napríklad miera organizovanosti a bezpečnosti, pedagogické vedenie, rozmanitosť

či jednotvárnosť, dozor, miera súkromia, kontakty s vrstovníkmi, voľba aktivít, pozitívne i negatívne vzory (Hájek a kol., 2008, s. 66-67).

„Voľný čas a postoje k voľnému času, podobne ako utváranie základných postojov, spôsobilostí, návykov potrebných na život človeka, nemôže byť ponechaný najmä v detstve iba na jednotlivcovi. V demokratickej spoločnosti by malo ísť o „rovnosť šancí“ pre každého. Účinným prostriedkom je cieľavedomé vytváranie vhodných podmienok, zaujímavých ponúk zmysluplné využívanie voľného času, primerane prístupných pre všetky spoločenské vrstvy. U detí a mladých ľudí je potrebné aj usmernenie i vedenie k aktívnemu využívaniu voľného času v prospech osobnosti, jej rozvoja – výchova k voľnému času a vo voľnom čase“ (Kratochvílová, 2004, s. 93).

Mali by sme viesť hlavne deti a mládež k vytváraniu pozitívnych vzťahov k voľnému času ako k osobnej a spoločenskej hodnote a k jeho pozitívnemu, zmysluplnému využívaniu. Škola ako inštitúcia zabezpečuje prípravu detí a mládeže na aktívnu účasť v spoločenskom živote a na ich uplatnenie. Žiaci by mali mať možnosť rozhodovať o využívaní svojho voľného času mimo vyučovania, mimo prípravy do školy a to jednak sami a jednak za pomoci a usmernenia rodičov, učiteľov a vychovávateľov. Žiakov možno viesť aj uplatňovaním motivujúcich metód, netradičných výchovných postupov aj k vykonávaniu všetkých aktivít potrebných na rozvoj osobnosti v procese socializácie. Môžeme ich viesť aj k plneniu ďalších povinností ako napríklad k príprave na vyučovanie, k starostlivosti o vlastné veci, k aktívnemu podieľaniu sa na živote v rodine. Deti a mládež by nemali pociťovať bežné potrebné činnosti ako obmedzovanie svojej slobody a záťaž, ale ako prirodzenú súčasť života, ku ktorému patria aj povinnosti. „Pritom voľný čas by mal aj u detí a mládeže zostať voľným časom - v zmysle oslobodenia od povinností (u žiakov spojených hlavne so školskou dochádzkou, prípravou na vyučovanie, ako aj s ďalšími povinnosťami v rodine a pod.) – ako časom voľnosti a slobody. O spôsoboch využívania, trávenia voľného času by mali rozhodovať hlavne sami, ale aj s pomocou, usmernením, radou rodičov, učiteľov, vychovávateľov, trénerov“ (Kratochvílová, 2004, s. 93-94).

V Slovenskej republike vstupujú do voľného času detí a mládeže mnohé inštitúcie, zariadenia, občianske združenia, organizácie, náboženské a iné spoločenstvá, ktoré vytvárajú podmienky na vhodné zmysluplné využívanie voľného času s ponukami organizovaných voľnočasových aktivít. Je to najmä štát v realizovaní koncepcie štátnej politiky vo vzťahu k deťom a mládeži, ktorá sa realizuje, predovšetkým v rezortoch školstva, kultúry a športu; občianske združenia detí a mládeže, organizácie, spolky

a nadácie; náboženské spoločnosti; médiá; súkromný sektor – spoločnosti, organizácie, agentúry, ktoré časť svojej aktivity, venujú voľnému času detí a mládeže napríklad na organizovanie prázdninových pobytov, rekreácie, cestovania, turistiky, športu a umenia (Kratochvílová a kol., 2007, s. 111-112).

„Vhodné využívanie a prežívanie voľného času v zaujímavých aktivitách, činnostiach v kolektíve, v tíme, v „zohratej partii“ so spoločnými záujmami, ktorá akceptuje, povzbudzuje, spolupracuje, má mimoriadny význam pre pozitívny priebeh socializácie každého jednotlivca v detstve a najmä v rizikovom období dospievania. Pomáha uspokojovať individuálne potreby vrátane potreby „byť uznaný, akceptovaný“, ktorá má v hierarchii potrieb vysokú motivačnú hodnotu“ (Kratochvílová, 2004, s. 170).

Vo voľnom čase vo výchove vystupujú do popredia úlohy, ktoré vychádzajú z jej cieľov. Umožňovať regeneráciu fyzických a psychických síl, aktívny oddych v primeranej činnosti, a tak prispievať k fyzickému a psychickému zdraviu; viesť k formovaniu pozitívneho vzťahu k voľnému času ako k osobnej a spoločenskej hodnote; vytvárať podmienky a poskytovať príležitosti, zmysluplné ponuky; umožňovať uspokojenie a rozvoj individuálnych potrieb, záujmov, schopností, talentu, a tak podporovať pozitívne formovanie osobnosti a sebarealizáciu; podporovať rozvoj sociálnych kontaktov a vzťahov; viesť k úcte voči kultúrnym tradíciám vlastnej krajiny, národa; viesť k úcte rodičom, k iným ľuďom a k životu; podporovať zmysel pre porozumenie, toleranciu voči iným rasám, národnostiam; viesť k pozitívnemu vzťahu k prírode, k životnému prostrediu; vytvárať podmienky na pozitívne zážitky, na zážitky úspechu pre všetkých, pre nadaných a talentovaných i pre slabšie deti; predchádzať negatívnym spoločenským javom v prejavoch hrubosti, násillia, trestnej činnosti, drogových závislostí, závislostí na hracích automatoch, počítačových hrách a televízii. Ciele vo voľnom čase by mali smerovať k rozvoju pozitívnych mravných vlastností, k uvedomovaniu si osobnej zodpovednosti, k sebauvedomovaniu, sebaovládaniu, sebadisciplíne, k aktivite v živote, k pozitívnemu mysleniu, k ochote a snahám prekonať prekážky v živote, k získavaniu skúseností a k rozvoju schopností, zručností, návykov v praktickej činnosti v rozličných oblastiach (Kratochvílová, 2004, s. 168-170).

Voľný čas by sme mali využiť čo najlepšie a najefektívnejšie. Počas pekného slnečného popoludnia by sme mohli ísť na prechádzku, zahrať si na ihrisku futbal, volejbal alebo tenis. Vhodný by bol aj výlet, ktorý by bol zaujímavý nielen pre deti, ale aj pre rodičov. Návštevy kultúrnych akcií prispievajú k lepšej forme života. Deň strávený s rodinou nám dá oveľa viac ako deň strávený s médiami.

4.3 Mediálna výchova v školách

„V masmediálnej výchove treba deti zoznámiť so zásadami umenia a so zásadami správnych postojov voči masmédiám. Každý, kto chce vychovávať mládež, musí najprv vychovať sám seba ku kritickému užívaniu médií. Kým sa k masmediálnej výchove neprikročí na zodpovednej úrovni, je povinnosťou rodičov, kňazov, vychovávateľov a učiteľov, aby podľa svojich možností túto výchovu suplovali. Základným prostredím výchovy je rodina, ktorá zohráva v utváraní kultúry života nezastupiteľnú úlohu. Rodina predstavuje najvhodnejšie prostredie pre masmediálnu formáciu. Poskytuje prirodzený priestor, v ktorom sa vďaka psychickej blízkosti môže vhodne posúdiť mediálny obsah a spoločný zážitok. Vo výchove je dôležité komunikovať s mládežou na partnerskej úrovni. Zamerať sa treba zvlášť na škodlivosť násilia, nemravnosti, gýču, senzáciechtivého spravodajstva a ohlupujúcu sugestívnosť niektorých reklám. Je výborné, ak sa deti naučia vyjadrovať svoje názory – chváliť, kritizovať, rozoberať“ (Šverha, 2007, s. 52).

Rodičia by mali pre deti vhodne vyberať programy, ktoré sú pre nich mravne a psychicky akceptovateľné. Dôležité je, aby sme médiá využívali skôr na vzdelanie a nie iba ako nejaké východiská z nudy.

Na Slovensku sú už tiež niekoľko rokov veľmi aktuálne otázky týkajúce sa problému, ako naučiť deti a mládež aktívne a zodpovedne využívať mediálne výpovede a samotné médiá tak, aby prispievali k obohateniu ich poznatkového aj zážitkového sveta. Médiá ovplyvňujú psychický svet človeka a mimoriadne intenzívne aj deti a mládež. Proces mediálnej výchovy by mal zabezpečiť schopnosť detí a mládeže narábať s mediálnou ponukou tak, aby reflektujúco, kriticky a selektívne využívali médiá a ich produkty. Mediálna výchova je tak jednou z ciest, ktorá prispeje k osobnostnému rozvoju detí a mládeže a pomôže odstrániť negatívne účinky niektorých mediálnych obsahov (Hradiská a kol., 2009, s. 368-370).

„Mediálna výchova sa vzťahuje predovšetkým na človeka, ktorý v „mediálnom stroji“ pripravuje a vysiela zodpovedajúce obsahy, je ich ovládateľom (prípadne cenzorom) alebo príjemcom. Nie je to výchova o televízore, magnetofónovej páske, cédečku, o týždenníku či rádiu. Je to výchova živého človeka. Výchovný ideál je teda hlavným zorným uhlom i cieľom výchovy človeka ako prijímateľa rôznorodých mediálnych vysielaní“ (Zasepa, Olekšák, 2008, s. 16).

Zasepa a Olekšák zoskupili najdôležitejšie úlohy mediálnej výchovy, ktoré si rozoberieme. Mediálna výchova spracúva ciele, metódy, prostriedky, ktoré sú vhodné pre výchovnú prax, formujúcu vychovávaných ľudí. Cieľom je formovanie takých vlastností a zručností pri kontakte s médiami, ktoré umožňujú jednotlivcovi všestranný rozvoj ľudskej osobnosti. Môžeme uviesť príklad takej formácie, kde je správny výber obsahov, ktoré prijíma príjemca médií tak, aby ony slúžili rozvoju jeho osobnosti. Metódy mediálnej výchovy sa rozlišujú v závislosti od veku vychovávaného, typu výchovného prostredia ako rodina a škola. Medzi metódy patria usmerňovaná diskusia, rodinný dialóg alebo verejná výpoveď novinára. Prostriedky, ktoré sa používajú v mediálnej výchove sú aktívna účasť na kultúrnej činnosti ako vlastná tvorivosť vychovávaného človeka, samotné médiá ako didaktické prostriedky. Mediálna výchova skúma silu vplyvu, zásah a účinnosť jednotlivých médií. Zaujíma sa o také sociálne javy, ako manipulácia či propaganda v médiách. Výchova pre médiá čerpá aj z náuky Cirkvi, ktorá sa vzťahuje na spoločenské komunikačné prostriedky. Mediálna výchova taktiež študuje podmienky pedagogiky, možnosti výchovy v tejto oblasti. Predmetom pedagogiky sú tie prostredia a skupiny osôb, na ktorých spočíva zodpovednosť za formáciu detí a mládeže. Sú to najmä rodičia, učitelia škôl všetkých stupňov, novinári, publicisti a duchovní pastieri. Mediálna výchova sa pozerá na médiá aj ako na didaktické pomôcky v rámci výchovy a vzdelávania. Pedagógovia v rámci výchovy by mali pre žiakov pripraviť mnohé poučné filmy alebo špeciálne pripravované programy v rádiu či televízii, v ktorých by sa poukázalo na médiá a ich negatívne účinky (2008, s. 18-21).

Pozitívne sú aj niektoré diskusné relácie slovenskej televízie napr. 5 minút po dvanástej, je to diskusný ring pre mládež a všetkých, ktorým ich problémy nie sú ľahostajné a chcú sa s nimi podeliť aj s ostatnými. Ďalej relácie Beseda o piatej a Mediálni špióni poukazujú na médiá a pokúšajú sa vypátrať pravdu.

Podľa Kačinovej „cieľom výučby mediálnej výchovy je rozvinúť komplexnú spôsobilosť žiakov vo vzťahu k mediálnym výstupom, ktorá im umožní: chápať pravidlá fungovania „mediálneho sveta“, zmysluplne sa v ňom orientovať; reflektujúco, kriticky a zodpovedne využívať médiá a ich produkty podľa kvalít s akými plnia svoje funkcie; brániť sa pred reálnymi, ale i možnými negatívnymi mediálnymi vplyvmi na vlastnú osobnosť a oceňovať kvalitné mediálne obsahy“ (2007, s. 137). V procese výučby predmetu mediálnej výchovy by mal žiak vnímať pozitívne stránky médií v súlade s prínosom pre jeho osobnosť či celú spoločnosť, stáva sa rezistentným voči negatívnym mediálnym vplyvom. Žiak môže reflektovať účinky médií na vlastnú osobnosť, odhaľuje

príčiny zmien vo vlastnom myslení a konaní, dokáže prehodnocovať svoj vzťah k médiám a nahradiť vlastný mediálny konzum alternatívnou zmysluplnou činnosťou. Ďalej môže žiak odmietat' mediálne obsahy, ktoré odporujú etickým normám, prinášajú deformovaný pohľad na hodnoty a ohrozujú či škodia jeho osobnostnému vývinu. Môže využívať určité druhy médií, len keď si uvedomuje svoju potrebu informovať sa, vzdelávať sa, zabávať sa a využiť čo najlepšie svoj voľný čas. Taktiež môže selektovane využívať špeciálne mediálne produkty určené pre deti a mládež, pričom začína uplatňovať hodnotiace kritériá na kvalitu ich obsahu.

„Učiteľ by sa mal na hodinách mediálnej výchovy snažiť vytvoriť žiakom priestor pre vyjadrenie vlastných zážitkov, skúseností s využívaním a recipovaním médií a ich obsahov, priblížiť sa mysleniu žiakov a odhaliť spôsoby ako žiaci zaobchádzajú s mediálnymi obsahmi. Ďalej je jeho úlohou vytvoriť na hodinách situácie, kde žiaci budú konfrontovaní s mediálnymi obsahmi, ktoré sú blízke ich realite, budú môcť vyjadrovať svoje skúsenosti, záujmy, potreby a vzájomne o svojich názoroch, pocitoch a postojoch komunikovať. Medzi dôležité princípy výučby mediálnej výchovy patrí zážitkovosť, komunikatívnosť, aktívnosť. Úlohou učiteľa je využívať na hodinách metódy práce, ktoré napomôžu uplatňovaniu týchto princípov najmä: vizuálnu a akustickú demonštráciu, analýzu mediálnych produktov (špeciálne miesto zaujíma obrazová analýza), metódu tvorby modelových situácií, dramatizáciu, dialogické a problémové metódy, praktickú metódu (nácvik zručností). Popri tradičnej vyučovacej hodine sú vhodnou organizačnou formou vyučovania exkurzie do vybraných médií“ (Kačínová, 2007, s. 137-138).

Záver

V našej diplomovej práci sme sa venovali problematike vplyvu médií na rodinu a na jednotlivých členov rodiny. Médiá sa stávajú v dnešnej dobe autoritami v rôznych oblastiach. Na jednej strane prinášajú obsahy, ktoré nás môžu formovať pozitívne, no na strane druhej majú aj negatívne pôsobenia. Preceňujú divácky a užívateľský prístup na úkor vlastnej aktivity, propagujú násilie a agresivitu. Masové médiá ako televízia, noviny a rozhlas majú v moderných spoločnostiach stále vzrastajúci význam. Dnes si aj médiá vytvárajú vlastný morálny kontext. Je preto potrebné a nutné vytvoriť taký kontext, ktorý umožní pochopiť médiá v súčasnej kultúre. Je dôležité, aby spoločnosť mala definovaný súbor pravidiel, podľa ktorých možno hodnotiť javy v médiách. Problém etiky v médiách je často obmedzovaný len na osobu novinára. Mediálna etika má riešiť morálne otázky činnosti novinárov v médiách, ich vzťah k verejnosti a niest' zodpovednosť za vzniknuté škody. Médiá by sa mali riadiť určitými etickými pravidlami a zásadami, ktoré sú späté s morálkou a mravnosťou. Najvyššími morálnymi hodnotami novinára sú pravda a pocit zodpovednosti voči tým, o ktorých a pre ktorých píše. Prostriedky masovej komunikácie sú súčasťou rodinného prostredia a taktiež sa stali súčasťou voľného času detí a mládeže. S médiami sa stretávajú každodenne v rodine, v škole alebo vo voľnom čase.

V práci sme sa pokúsili eliminovať negatívne pôsobenia médií. Rodičia by mali pre deti a mládež vhodne vyberať programy, ktoré sú im prístupné svojim obsahom a primerané ich veku. Ďalej by mali vylúčiť z programovej ponuky pre deti námety, ktoré poskytujú prevahu negatívnych prejavov postáv voči sebe, námety, v ktorých je páchaná trestná činnosť. Rodičia majú vyberať deťom také filmy, ktoré sú mravne akceptovateľné. Mali by mať intenzívnejšiu kontrolu nad tým, aké mediálne obsahy sa k ich deťom dostanú. Ideálne by bolo, keby viedli otvorenú komunikáciu s deťmi, pokúsiť sa im vysvetliť obsahy a poskytnúť im spoločenské zážitky zo sledovania vhodných a hodnotových mediálnych výpovedí. Aj samotné médiá by mali viac rozšíriť ponuku zaujímavých a vhodných programov pre deti a mládež. Toto je práve tá skupina príjemcov, ktorí sú otvorení ponuke a majú chuť získať nové poznatky. V rodine, v ktorej je priama komunikácia, tak je schopná zvládať určité problémy vtedy, keď nastanú. Z hľadiska rodinnej výchovy pokladáme za potrebné zdôrazniť, že pre deti treba programy vyberať za účasti rodičov. Dbať na to, aby čas strávený pred televíziou bol len primeraný, a aby nevyplňal všetok voľný čas, ale aby im zostal čas aj na kamarátov,

na šport a pohyb na čerstvom vzduchu. Média sa dajú aj pozitívne využívať. Informujú o rôznych oblastiach spoločenského, kultúrneho a hospodárskeho života. Sprostredkujú informácie pre každodenný život, poskytujú hodnotné estetické a umelecké zážitky. Uľahčujú prístup k vzdelaniu a k celému svetu. Pozitívny vplyv médií sa prejavuje aj v uvedomení si významu hodnôt v živote človeka. Pozitívne sú aj niektoré diskusné relácie slovenskej televízie napr. 5 minút po dvanástej, je to diskusný ring pre mládež a všetkých, ktorým ich problémy nie sú ľahostajné a chcú sa s nimi podeliť aj s ostatnými. Ďalej relácie Beseda o piatej a Mediálni špióni poukazujú na média a pokúšajú sa vypátrať pravdu.

Rodičia by mali svoje deti učiť starostlivo zaobchádzať s médiami, ale aj mať ich konzum stále pod kontrolou. Taktiež učitelia a vychovávatelia by mali deťom pomôcť pochopiť a vysvetliť mediálnu realitu a odlíšiť ju od skutočnej reality. Mediálna výchova je tak jednou z ciest, ktorá by mala prispieť k osobnostnému rozvoju detí a mládeže a pomôcť im odstrániť negatívne účinky niektorých mediálnych obsahov. Cieľom výučby mediálnej výchovy je rozvinúť komplexnú spôsobilosť žiakov vo vzťahu k mediálnym výstupom, ktorá im umožní chápať pravidlá fungovania mediálneho sveta. V procese výučby predmetu by mal žiak vnímať pozitívne stránky médií v súlade s prínosom pre jeho osobnosť, môže reflektovať účinky médií na vlastnú osobnosť, odhaľovať príčiny zmien vo vlastnom myslení a konaní, môže odmietat mediálne obsahy, ktoré odporujú etickým normám a prinášajú deformovaný pohľad na hodnoty. Taktiež učitelia by sa mali snažiť na hodinách mediálnej výchovy vytvoriť žiakom priestor pre vyjadrenie vlastných zážitkov, a mali by tým odhaliť spôsoby ako žiaci zaobchádzajú s mediálnymi obsahmi.

Deti a mládež by mali lepšie využívať svoj voľný čas, ako len zostať doma a byť obklopený médiami. Prostredie, v ktorom trávia voľný čas je veľmi rôznorodé. Môže to byť domov, škola, rôzne inštitúcie a organizácie. Zase rodičia by mali byť zodpovední a zaujímať sa o to, ako trávia svoj čas deti. Voľný čas by sme mali využiť čo najlepšie a najefektívnejšie. Využiť čas pre seba, pre rodinu a deti. Je tiež potrebné aj usmernenie i vedenie k aktívnemu využívaniu voľného času. Ciele vo voľnom čase by mali smerovať k rozvoju pozitívnych mravných vlastností, k rozvoju schopností, zručností, návykov v praktickej činnosti v rozličných oblastiach. Čas sa dá stráviť rôzne: prechádzkou, hraním rôznych športov a tiež by bol vhodný aj výlet. Deň strávený s rodinou dá viac ako deň strávený s médiami. Náš názor je, že média by mali byť len doplnkom v našom živote a nemali by nám zaberať všetok voľný čas.

Zoznam použitej literatúry

- BAKOŠOVÁ, Z. – LUBELCOVÁ, G. – POTOČÁROVÁ, M. 2005. *Sociálna pedagogika*. 1. vyd. Bratislava: Mladé letá, 2005. 168 s. ISBN 80-10-00485-5.
- BROŽÍK, V. 2007. *Hodnotové orientácie*. 2. vyd. Nitra: Univerzita Konštantína Filozofa, 2007. 148 s. ISBN 978-80-8094-122-2.
- BUJNOVÁ, E. 2005. *Príprava na rodinný život: v rodinnom a školskom prostredí*. 1. vyd. Nitra: Univerzita Konštantína Filozofa, 2005. 138 s. ISBN 80-8050-891-7.
- BURTON, G. 2003. *Uvod do studia medií*. 1. vyd. Brno: Barrister & Principal, 2003. 391 s. ISBN 80-85947-67-6.
- DANEK, J. 1999. Výchova charakteru v rodine. In *Rodina na prelome tisícročí – subjekt kultúry, kresťanských a vŕšľudských hodnôt: medzinárodná vedecká konferencia 23. – 24.11. 1999 Trnava*. Trnava: Univerzita sv. Cyrila a Metoda, 1999. ISBN 80-968191-3-5, s. 56-59.
- DIATKA, C. 2001. *Etika a súčasnosť*. Nitra: Univerzita Konštantína Filozofa, 2001. 154 s. ISBN 80-8050-493-8.
- DIATKA, C. 2005. *O etike a hodnotách*. Nitra: Univerzita Konštantína Filozofa, 2005. 156 s. ISBN 80-8050822-4.
- DINKA, P. 2008. *Slovenské masmédiá: metódy manipulácie*. Politologický odbor Matice slovenskej, 2008. 293 s. ISBN 978-80-8061-328-0.
- FAIRCLOUGH, N. 2002. *Media Discourse*. London: Edward Arnold, 2002. 214 s. ISBN 0-340-58889-6.
- FELICE, F. D. 1999. Rodina a etika. In *Rodina na prelome tisícročí – subjekt kultúry, kresťanských a vŕšľudských hodnôt: medzinárodná vedecká konferencia 23. – 24.11. 1999 Trnava*. Trnava: Univerzita sv. Cyrila a Metoda, 1999. ISBN 80-968191-3-5, s. 15-21.
- GOGOVÁ, A. A KOL. 1995. *Sociológia výchovy: vybrané kapitoly*. Nitra: VSPg, 1995. 125 s. ISBN 80-8050-005-3.
- HAJKO, D. 2005. *Globalizácia a kultúrna identita*. Nitra: Univerzita Konštantína Filozofa, 2005. 128 s. ISBN 80-8050-913-1.
- HAMAROVÁ, J. 1986. *Rodina spoločnosť výchova*. Bratislava: VEDA, 1986. 159 s.
- HAMAROVÁ, J. – HOLKOVIČ, Ľ. 1986. *Výchova v rodine*. Bratislava: Smena, 1986. 125 s.
- HARGAŠOVÁ, M. 1991. *Ruka v ruke*. 1. vyd. Bratislava: Slovenské pedagogické nakladateľstvo, 1991. 159 s. ISBN 80-08-00338-3.

- HAŠKOVÁ, A. – GAŠPARÍKOVÁ, J. 2005. Morálno – etické aspekty výchovy internetovej mládeže. In *Formácia dobrého človeka: druhý seminár riešiteľov projektu VEGA 1/00113/03*. Nitra: Univerzita Konštantína Filozofa, 2005. ISBN 80-8050-901-8, s. 340-345.
- HAŠKOVÁ, A. – ZÁLEŠÁKOVÁ, J. 2005. Postavenie rodiny v hodnotovej orientácii mládeže. In *Rodina na prelome tisícročia: zborník referátov z medzinárodnej vedeckej konferencie*. Nitra: Univerzita Konštantína Filozofa, 2005. ISBN 80-8050-914-X, s. 290-295.
- HATÁR, C. - LOHINOVÁ, N. 2005. Vplyv rodiny na deviatné správanie detí a mládeže. In *Rodina na prelome tisícročia: zborník referátov z medzinárodnej vedeckej konferencie*. Nitra: Univerzita Konštantína Filozofa, 2005. ISBN 80-8050-914-X, s. 282-289.
- HÁJEK, B. – HOFBAUER, B. – PÁVKOVÁ, J. 2008. *Pedagogické ovlivňování volného času: současné trendy*. 1. vyd. Praha: Portál, 2008. 239 s. ISBN 978-80-7367-473-1.
- HOFBAUER, B. 2004. *Děti, mládež a volný čas*. 1. vyd. Praha: Portál, 2004. 173 s. ISBN 80-7178-927-5.
- HRADISKÁ, E. – BREČKA, S. – VYBÍRAL, Z. 2009. *Psychológia médií*. 1. vyd. Bratislava: Vysoká škola práva, 2009. 416 s. ISBN 978-80-89447-12-1.
- HUDEKOVÁ, P. 1999. Rodina všeobecne. Užšia špecializácia na rodinu v hodnotových postojoch vysokoškolskej mládeže. In *Rodina na prelome tisícročí – subjekt kultúry, kresťanských a všeludských hodnôt: medzinárodná vedecká konferencia 23. – 24.11. 1999 Trnava*. Trnava: Univerzita sv. Cyrila a Metoda, 1999. ISBN 80-968191-3-5, s. 83-91.
- CHARVÁT, J. 1996. *Masová komunikácia*. 1. vyd. Bratislava: Médiá, 1996. 45 s. ISBN 80-967545-8-0.
- CHARVÁT, J. - ŠEFČÁK, L. 1998. *Médiá a politika*. 1. vyd. Bratislava: Tetrapress, 1998. 63 s. ISBN 80-967754-3-X.
- IŁOWIECKI, M. - ZASEPA, T. 2003. *Moc a nemoc médií*. 1. vyd. Bratislava: SAV, 2003. 183 s. ISBN 80-224-0740-2.
- IVANOVIČOVÁ, J. – KOLIBOVÁ, D. 2005. Súčasná rodina a jej vplyv na hodnotový systém adolescentnej mládeže. In *Rodina na prelome tisícročia: zborník referátov z medzinárodnej vedeckej konferencie*. Nitra: Univerzita Konštantína Filozofa, 2005. ISBN 80-8050-914-X, s. 309-315.
- JIRÁK, J. - KÖPPLOVÁ, B. 2003. *Médiá a společnost*. 1. vyd. Praha: Portál, 2003. 207 s. ISBN 80-7178-697-7.

- JIRÁK, J. – KÖPPOVÁ, B. 2009. *Masová média*. 1. vyd. Praha: Portál, 2009. 413 s. ISBN 978-80-7367-466-3.
- JOZEK, M. 2005. Priority pravdy o rodine a ohrozenia súčasnej rodiny v učení Karola Wojtyły. In *Rodina na prelome tisícročia: zborník referátov z medzinárodnej vedeckej konferencie*. Nitra: Univerzita Konštantína Filozofa, 2005. ISBN 80-8050-914-X, s. 193-203.
- KAČINOVÁ, V. 2007. Perspektívy výučby mediálnej výchovy na základných školách a osemročných gymnáziách. In *Mediálne kompetencie v informačnej spoločnosti: zborník z vedeckej konferencie s medzinárodnou účasťou konanej v dňoch 12. A 13. Apríla 2007*. Trnava: Fakulta masmediálnej komunikácie UCM, 2007. ISBN 978-80-8105-004-6, s. 136-139.
- KAČINOVÁ, V. 2009. Mediálna výchova v rodine. In *Rodina a médiá: XXIII. Medzinárodný kongres rodiny: zborník zo svetovej konferencie*. 1. vyd. Ružomberok: Katolícka univerzita, 2009. ISBN 978-80-8084-421-9, s. 377-386.
- KARDIS, K. 2009. *Základy sociológie*. 1. vyd. Prešov: Prešovská univerzita, 2009. 192 s. ISBN 978-80-555-0108-6.
- KOLDEOVÁ, L. – HUPKOVÁ, M. 2005. Vplyv rodiny a školy na formovanie hodnotovej orientácie adolescentov. In *Rodina na prelome tisícročia: zborník referátov z medzinárodnej vedeckej konferencie*. Nitra: Univerzita Konštantína Filozofa, 2005. ISBN 80-8050-914-X, s. 221-235.
- KOLLÁRIK, T. 1993. *Sociálna psychológia*. 1. vyd. Bratislava: Slovenské pedagogické nakladateľstvo, 1993. 194 s. ISBN 80-08-01828-3.
- KRATOCHVÍLOVÁ, E. 2004. *Pedagogika voľného času: Výchova v čase mimo vyučovania v pedagogickej teórii a v praxi*. Bratislava: Univerzita Komenského, 2004. 307 s. ISBN 80-223-1930-9.
- KRATOCHVÍLOVÁ, E. A KOL. 2007. *Úvod do pedagogiky*. Trnava: Pedagogická fakulta Trnavskej univerzity, 2007. 167s. ISBN 978-80-8082-145-6.
- LESKOVÁ, A. 2005. Sloboda a autorita v rodinnej výchove. In *Formácia dobrého človeka: druhý seminár riešiteľov projektu VEGA 1/00113/03*. Nitra: Univerzita Konštantína Filozofa, 2005. ISBN 80-8050-901-8, s. 347-350.
- LOMNICKÝ, I. 1999. Pochopenie podstaty rodiny ako najprirodzenejšieho ľudského spoločenstva. In *Rodina na prelome tisícročí – subjekt kultúry, kresťanských a všeludských hodnôt: medzinárodná vedecká konferencia 23. – 24.11. 1999 Trnava*. Trnava: Univerzita sv. Cyrila a Metoda, 1999. ISBN 80-968191-3-5, s. 136-144.

- MASARIK, P. 1997. Premeny rodiny a školy v súčasnej spoločnosti. In *Premeny výchovy v škole a v rodine: zborník z vedeckej konferencie*. Nitra: Univerzita Konštantína Filozofa, 1997. ISBN 80-8050-135-1, s. 65-87.
- MATOUŠEK, O. 1993. *Rodina jako instituce a vztahová síť*. 1. vyd. Praha: Sociologické nakladatelství, 1993. 124 s. ISBN 80-901424-7-8.
- MCQUAIL, D. 2002. *Uvod do teorie masové komunikace*. 2. vyd. Praha: Portál, 2002. 447 s. ISBN 80-7178-714-0.
- MIČIENKA, M. - JIRÁK a kol. 2007. *Základy mediální výchovy*. 1. vyd. Praha: Portál, 2007. 295 s. ISBN 978-80-7367-315-4.
- MOŽNÝ, I. 1999. *Sociologie rodiny*. Praha: Sociologické nakladatelství, 1999. 250 s. ISBN 80-85850-75-3.
- NEMCOVÁ, O. 2005. Vplyv rodiny na sebahodnotu človeka. In *Rodina na prelome tisícročia: zborník referátov z medzinárodnej vedeckej konferencie*. Nitra: Univerzita Konštantína Filozofa, 2005. ISBN 80-8050-914-X, s. 187-192.
- ONDREJKOVIČ, P. 1998. *Úvod do sociológie výchovy*. 2. vyd. Bratislava: Veda, 1998. 386 s. ISBN 80-224-0579-5.
- PÁVKOVÁ, J. A KOL. 2002. *Pedagogika voľného času: Teorie, praxe a perspektivy výchovy mimo vyučování a zařízení voľného času*. 3. vyd. Praha: Portál, 2002. 221 s. ISBN 80-7178-711-6.
- PETRANOVÁ, D. 2006. Násilie na televíznej obrazovke. In *Médiá na prahu tretieho tisícročia: súčasný stav mediálnej kultúry: zborník príspevkov z odborného seminára Trnava 18. Apríla 2005*. Trnava: Fakulta masmediálnej komunikácie Univerzity sv. Cyrila a Metoda, 2006. ISBN 8089220-07-X, s. 94-97.
- POLÁKOVÁ, E. 2006. *Úvod do problematiky mediálnych kompetencií = Mediálne kompetencie*. Nitra: Fakulta masmediálnej komunikácie UCM, 2006. 144s. ISBN 978-80-89220-65-6.
- POSPÍŠIL, J. – ZÁVODNÁ, L. S. 2009. *Mediální výchova*. 1. vyd. Kralice na Hané: Computer Media, s.r.o., 2009. 88 s. ISBN 978-80-7402-022-3.
- POTOČÁROVÁ, M. 2008. *Pedagogika rodiny: teoretické východiská rodinnej výchovy*. 1. vyd. Bratislava: Univerzita Komenského vo Vydavateľstve UK, 2008. 211 s. ISBN 978-80-223-2458-8.
- RANKOV, P. 2002. *Masová komunikácia: masmédiá a informačná spoločnosť*. 1. vyd. Levice: L.C.A., 2002. 82 s. ISBN 80-88897-89-0.

- REIFOVÁ, I. A KOL. 2004. *Slovník mediálnej komunikace*. 1. vyd. Praha: Portál, 2004. 327 s. ISBN 80-7178-926-7.
- ROZINAJOVÁ, H. 1981. *Výchova pre život v rodine*. 1. vyd. Martin: Osveta, 1981. 207 s.
- ROZINAJOVÁ, H. 1984. *Sex, manželstvo, rodičovstvo*. 2. vyd. Martin: Osveta, 1984. 166 s.
- ROZINAJOVÁ, H. 1988. *Pedagogika rodinného života*. 1. vyd. Bratislava: Slovenské pedagogické nakladateľstvo, 1988. 267 s.
- ŘÍČAN, P. 1995. *Krotíme obrazovku: Jak vést děti k rozumnému užívání médií*. 1. vyd. Praha: Portál, 1995. 62 s. ISBN 80-7178-084-7.
- SCHELLMANN, B. A KOL. 2004. *Média : Základní pojmy. Návrhy. Výroba*. 1. vyd. Praha: Europa – Sobotáles, 2004. 482 s. ISBN 80-86706-06-0.
- ŠTAHEL, R. 2002. Etika v médiách. In *Otázky žurnalistiky*. ISSN 0322-7049, 2002, č. 1-2, s. 108-110.
- ŠVERHA, S. 2007. *Požehnanie a preklatie: kresťan vo svete masmédií*. Ružomberok: Katolícka univerzita Teologická fakulta, 2007. 74 s. ISBN 80-89170-15-3.
- VERNARCOVÁ, J. 2005. *Sociálna a pedagogická psychológia*. Nitra: Slovenská poľnohospodárska univerzita, 2005. 99 s. ISBN 80-8069-508-3.
- VOLČEK, M. 2009. Mládež a médiá. In *Rodina a médiá: XXIII. Medzinárodný kongres rodiny: zborník zo svetovej konferencie*. 1. vyd. Ružomberok: Katolícka univerzita, 2009. ISBN 978-80-8084-421-9, s. 239-247.
- VÝROST, J. – SLAMĚNÍK, I. 1998. *Aplikovaná sociální psychologie I*. 1. vyd. Praha: Portál, 1998. 384 s. ISBN 80-7178-269-6.
- ZASĚPA, T. 2002. *Médiá v čase globalizácie*. 1. vyd. Bratislava: Lúč, 2002. 425 s. ISBN 80-7114-387-1.
- ZASĚPA, T. – OLEKŠÁK, P. – GAZDA, I. 2009. *Etika v žurnalistike*. Ružomberok: Katolícka univerzita, 2009. 267 s. ISBN 978-80-8084-479-0.
- ZASĚPA, T. - OLEKŠÁK, P. 2008. *Mediálna výchova*. Ružomberok: Katolícka univerzita, 2008. 196 s. ISBN 978-80-8084-291-8.
- ZIEMSKA, M. 1980. *Rodina a osobnosť*. 1. vyd. Bratislava: Smena, 1980. 186 s.
http://www.mediamanual.at/mediamanual/themen/pdf/kinder/47_Aufenanger.pdf
 [cit. 4.4.2011]