



Mediální obraz rodiny a partnerství v českém denním tisku a v reflexi mladé generace na konci 20. století

**The Portrayal of Family Life and Partnership in the Czech Daily
Press and the Media's Reflection of the Young Generation
at the End of the 20th Century**

Leona Stašová

ABSTRACT In this article the changes in demographic behaviour after 1989 are observed from the perspective of diffusion theory and of mass media influence. The article is concentrated on content analysis of the Czech daily press in the 1990s, the perception of young Czechs between the ages of 18 to 30 of family life as portrayed in the mass media, and the possible influence of the mass media on their attitudes and behaviour. Analysis shows that the topics presented in the Czech mass media in connection with family life may be described as “classical.” Family and reproduction were usually mentioned in the context of population development and abortion law and ethics. Reports, however, showed a plurality of attitudes towards these problems and offered neither ideological nor systematic directions of family discussion. In spite of the quite weak interest of the mass media in this topic, the young generation was interested in family issues as reported in the mass media, even if in a selected way. This group of young people was influenced by the mass media mainly in the area of global discussion topics, creation of population climate and the general social atmosphere surrounding family formation and function.

KEY WORDS Czech Republic, family, media content, partnership, young generation

Úvod

Proměny demografického chování v České republice, které byly nastartovány politickými změnami po roce 1989, jsou neustále výzvou k zamyšlení nad příčinami, souvislostmi i dopady těchto proměn. Jejich neobvyklý průběh, vymykající se očekáváním z počátku 90. let, neustále nutí odborníky z řady vědních oborů k analýze různých stránek tohoto procesu. Snad právě proto, že se jedná o téma tolik blízké každodenní realitě české populace a jejímu veřejnému i soukromému prostoru, je tato problematika stále vysoce aktuální.

Pozornost byla dosud v české odborné literatuře věnována řadě aspektů tohoto vývoje. Důraz byl kladen na jeho analýzu z hlediska intenzity, časování a generační perspektivy změn v demografickém chování (například Rychtaříková 1995, 2000, 2001, 2003, 2007, Sobotka 2003, Kantorová 2004), proměn hodnotových orientací (například Fialová a Tuček

1997, Rabušic 2000, Mareš 2002, Pikálková 2003), souvislostí se změnami postavení žen (například Čermáková 1997, Hamplová 2003), vlivů sociální struktury a sociální stratifikace (například Kuchařová a Tuček 1999) i sociální politiky, jejich dopadů a možností (například Kuchařová a Lhotská 1994, Kučera 2001, Rabušic 2001, 2002, 2007, Kuchařová 2006).

Cílem této stati je poukázat na proměny postojů a chování české populace v oblasti rodiny a reprodukce prostřednictvím analýzy mediálního obsahu z 90. let 20. století a jeho reflexe mladou českou generací. Z perspektivy teorií difuze (např. Westoff 1999, Hornik a McAnany 2001) se mohly stát mediální obsahy sdílené v interpersonální komunikaci dalšími momenty, které k uvedeným změnám přispívaly a stimulovaly je. Jak tedy byla konstruována česká sociální realita v oblasti rodiny a reprodukce v českém mediálním prostředí? Která témata byla v médiích diskutována? Jakým typům partnerského soužití byla věnována pozornost? Jak byly prezentovány možnosti mladého člověka na prahu reprodukce? Jaké postavení měla v mediálním sdělení rodina s dětmi?¹ Jakou pozornost věnovali mediálním zprávám o rodině a partnerství mladí lidé? Z jakých zdrojů tyto zprávy pocházely a jakých témat se týkaly? Domnívá se mladá generace, že jejich názory a postoje v této oblasti jsou či mohou být ovlivněny médii?

Interpretace vychází z analýzy českého denního tisku z let 1991–2000 a je doplněna daty z výzkumných rozhovorů s mladými respondenty ve věku 18–30 let, které se zaměřovaly na jejich percepci mediálního obsahu, zpráv o rodině a partnerství a možného uvědomovaného vlivu mediálních informací na jejich postoje a chování v této oblasti.

Teorie difuze jako východisko pro analýzu mediálního působení na reprodukční a rodinné chování

Teorie difuze se stala jedním z alternativních způsobů vysvětlování proměn plodnosti v evropských zemích ve druhé polovině 20. století jako reakce na ne zcela dostatečné výsledky analýzy prostřednictvím teorie ekonomických a sociálních změn. Jejím stěžejním momentem byl důraz kladený na vliv nových kulturních prvků při proměnách demografického chování. V jejím rámci jsou spatřovány příčiny změn reprodukčního chování jako důsledek šíření nových idejí a způsobů chování, jejichž nositelem se stávají také prostředky masové komunikace.

Autoři se většinou zabývali řešením toho, jaké momenty přináší koncept kulturní difuze k vysvětlení demografických proměn, jakými kanály se difuze šíří a jak důležité jsou jed-

¹ Využití mediálních studií v demografii je záležitostí především období po roce 1990 a paradoxně není doménou zemí s rozvinutou demografickou teorií i praxí. Studie věnující pozornost vlivu mediálních systémů na demografické chování a postoje spojené s reprodukcí se orientují především na rozvojové země. V evropském kontextu zaslouží pozornost například výzkumný projekt zabývající se imigrací a etnickými konflikty na stránkách italských deníků (Cotesta 1999). Analýzu českého mediálního prostředí vzhledem k demografické tematice představuje ojedinělá práce Rychtaříkové (1995) mapující informace o Káhirské konferenci v českém tisku. Rodinná a reprodukční tematika v českých médiích byla dosud zpracovávána především v oblasti genderových studií (např. Oates-Indruchová 1999, Osvaldová 2004, ...).

notlivé zdroje jejího šíření. Neméně aktuální otázkou byly způsoby měření výsledků difuze a reakcí veřejné politiky na šíření nových kulturních prvků (Reed, Briere a Casterline 1999:5).

V 90. letech 20. století pak do oblasti demografie zasáhly studie věnující pozornost samotnému mediálnímu vlivu na reprodukční chování (například Montgomery a Casterline 1993, Mita a Simmons 1995, Knight 1997, Westoff a Bankole 1997, Faria a Potter 1999). Teorie difuze byla rovněž použita nejen k vysvětlení proměn plodnosti, ale též k objasnění změn v úmrtnosti a byla aplikována jak na historická, tak na současná data (Casterline 2001:5).

Čím se teorie difuze při snaze o vysvětlení proměn reprodukčního chování odlišuje, je především přesvědčení, že pokles plodnosti a jiné změny reprodukčního chování jsou nejen odpovědí na změnu demografických, ekonomických a sociálních struktur, ale též výsledkem šíření určitých klíčových postojů. Palloni (2001:68) charakterizuje rozdíl mezi teorií strukturálních změn a teorií difuze tak, že model difuze umožňuje identifikovat postupný mechanismus osvojování si postojů a chování jedinců v populaci bez ohledu na jejich sociální pozici, její případnou změnu či proměnu celé společenské struktury. V modelu difuze jsou postoje a chování přijímány bez ohledu na výhody, jež jsou s tímto chováním spojeny, jako výsledek rozhodnutí jedince ve světle chování dalších jedinců. „Změna chování a postojů určité části populace ovlivní pravděpodobnost změn v postojích a chování dalších jedinců.“ (Casterline 2001:7). Lesthaeghe (1988:39) uvádí, že „ekonomické podmínky ovlivňují hodnotové orientace generací v rámci procesu socializace, vytvářejí nátlak na vzorce zakládání rodiny a otevírají či uzavírají možnosti pro kulturní difuzi“.

Poměrně široce sdíleným názorem je přesvědčení o komplementaritě teorií difuze a teorií změn ekonomické a společenské struktury, jimiž jsou vysvětlovány proměny reprodukčního chování, především pak pokles plodnosti. Klíčovými momenty využití teorie difuze v oblasti reprodukčního chování jsou *inovativnost postojů a chování a šíření těchto postojů a chování mezi jednotlivé složky populace*.

Teoretické i empirické studie tak především směřují do oblasti *obsahu* šířených kulturních prvků a *způsobů* difuze nových postojů a chování v populaci prostřednictvím sociální dynamiky. Věnovat pozornost lze však také aspektu času, v němž šíření probíhá, kanálům přenosu inovačních obsahů na úrovni jednotlivců i mediálních systémů, přímým či nepřímým způsobům zásahu při šíření inovačních prvků, efektu, k němuž dochází, či míře dosahu v geografickém hledisku.

Přestože stěžejní úlohu v procesu difuze hraje především interpersonální komunikace, význam masových komunikačních prostředků spočívá v možnosti zasažení různých sociálních systémů i společenských vrstev v rámci celosvětového propojení, v rychlosti předávání zpráv v prostoru a čase a v působivosti, s níž přinášejí informace, myšlenky a pocity. Zprostředkovávají tak identické obsahy pro všechny členy „globální vesnice“ (McLuhan 1991). Tak se mohou šířit také postoje a hodnoty spojené s demografickým chováním, rodinou a reprodukcí, či samy vzorce takového chování.

Média mohou na oblast rodiny a reprodukce působit celou řadou možných cest. Jejich sledování se může stát konkurentem reálných aktivit a sociálních kontaktů jedinců, sdílené mediální obsahy v rámci sociálních skupin a sociálních vztahů mohou posilovat skupinovou kohezi a komunikaci, média se mohou podílet na konstrukci sociální reality, na hodno-

cení postojů a způsobů chování a jejich posunu na škále normalita–deviace, jejich obsahy se mohou stát lexikonem vzorců rodinného a partnerského chování, a tak dále.

Rodina a reprodukce ve světle českého denního tisku z 90. let 20. století

Působení mediálního obsahu na postoje veřejnosti, případně šíření inovativních prvků v rodinném a reprodukčním chování, může probíhat na různorodých úrovních a různými částmi tohoto obsahu. Realizované empirické šetření podrobilo analýze část českého mediálního obsahu z let 1991–2000. Vzhledem k jeho šíři byl pro analýzu vybrán denní tisk, jenž patří k těm zdrojům, které zasahují značnou část populace.²

Základním předpokladem obsahové analýzy byla hypotéza o roli tisku jako masového média podílejícího se na nastolování témat společenské diskuse a na zprostředkovávání difuze informací o chování a postojích v oblasti reprodukce, jejich společenské akceptaci a postavení v žebříčku společenského hodnocení, na konstrukci sociální (respektive demografické) reality. Tisk se tak mohl velmi výrazným způsobem podílet na utváření té části společenského vědomí, již lze nazvat sociálním či hodnotovým klimatem, případně termínem populační klima, který v sobě tyto složky zahrnuje.³ Bylo tedy možné sledovat určitý směr mediálního myšlení, ideologizaci, stereotypizaci či naopak pluralizaci myšlenkových schémat v rámci mediální diskuse o rodině?

Pro analýzu byly z databáze článků z českých novin a časopisů (databáze ANL) České národní knihovny vybrány články z let 1991–2000, které se vztahovaly ke studované problematice.⁴ Celkem bylo získáno 854 dokumentů, z nichž bylo analyzováno 187 článků bezprostředně se dotýkajících tematiky rodiny a reprodukčního chování v České republice, a to z šesti celoplošných deníků.⁵ (Tabulka 1).

2 Podle výsledků šetření Centra pro výzkum veřejného mínění četlo v roce 2004 denní tisk více než 85 % populace, 38 % dotázaných respondentů četlo denní tisk 5–7x týdně, 23 % 3–4x týdně a 1–2x týdně 25 %. Každý den sledovaly zpravodajství v televizi více než dvě pětiny dotázaných (42 %), 21 % respondentů sledovalo zpravodajství 3x až 4x týdně, 23 % 5–6x týdně (CVVM, 2004).

3 Pavlík charakterizuje populační klima jako „společenskou a psychickou atmosféru vytvářející se kolem plánování, početí, rození dětí a ... též jako obecné postoje k reprodukci včetně postojů institucí.“ (Pavlík, Rychtaříková a Šubrtová, 1986).

4 Do výběru byly zahrnuty články obsahující jedno z následujících klíčových slov: rodina, manželství, sňatek, sňatečnost, rozvod, rozvodovost, porod, porodnost, potrat, interrupce, demografie, reprodukce, partnerství, populace, populační vývoj, populační politika.

5 V textu jsou deníky uváděny pod následujícími zkratkami: Haló noviny – HaNo, Hospodářské noviny – HN, Lidové noviny – LN, Mladá fronta Dnes – MF Dnes, Svobodné Slovo – SS a Zemské noviny – ZN. Tyto deníky měly podle výsledků šetření agentury Stem-Mark v roce 1999 následující čtenost (v tisících): Mladá fronta Dnes 1333, Zemské noviny 435, Lidové noviny 316, Hospodářské noviny 159, Slovo 157, Haló noviny výzkum neuváděl. Podle pořadí čtenosti byla Mladá fronta Dnes nejčtenějším deníkem, Zemské noviny obsadily v žebříčku čtenosti 4. místo., Lidové noviny 5. místo, Hospodářské noviny 6. a Slovo 7. místo. Celkově se tedy jednalo o deníky oslovující poměrně velkou část populace.

Analýza mediálního obsahu se tak soustředila na působení prostřednictvím informací o rodině a reprodukci.⁶ Výběr článků k analýze byl zúžen na denní tisk s nejčastějším výskytem zpráv s reprodukční a rodinnou tematikou a jeho hlavní část (nebyly analyzovány články v samostatně vytištěných přílohách deníků). Tyto články pak byly zpracovány jak kvantitativními, tak kvalitativními postupy obsahové analýzy.

Tabulka 1: Složení výběrového souboru výzkumu pro analýzu článků s rodinnou a reprodukční tematikou

Deník	Počet registrovaných článků podle výběru	Počet registrovaných článků podle výběru (v %)
Haló noviny	9	4,8
Hospodářské noviny	14	7,5
Lidové noviny	75	40,1
Mladá fronta Dnes	47	25,1
Svobodné slovo	25	13,4
Zemské noviny	17	9,1
Celkem	187	100,0

Výsledky kvantitativní obsahové analýzy

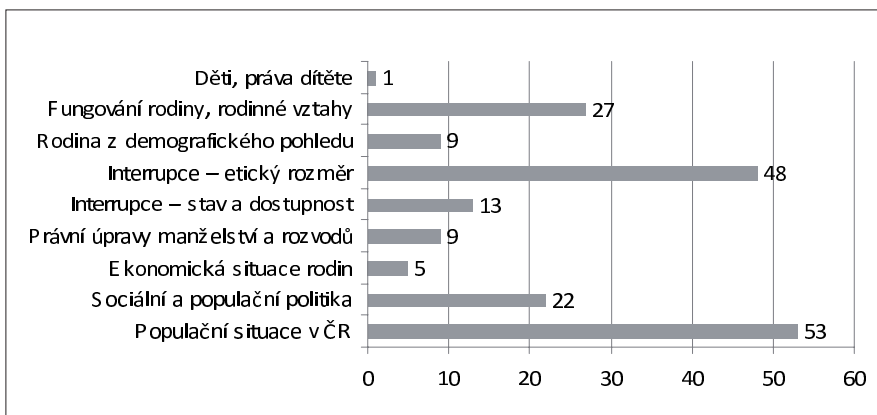
Články analyzovaného denního tisku věnované rodině a reprodukci postihly poměrně široký tematický záběr. Z hlediska jejich hlavního námětu bylo kategorizováno několik základních okruhů. Nejčastěji (Tabulka 2) byla v českém denním tisku zmiňována rodina a reprodukce v souvislosti s aktuální populační situací v České republice (53 článků, 28,3 %). Druhým nejčastěji zastoupeným tématem byla diskuse o etické dimenzi interrupcí (48 článků, 25,7 %). Pokud bychom vzali kategorii tématu „interrupce“ bez ohledu na zaměření jako samostatnou, byla by tato tematika námětem téměř 33 % všech článků. Stejně tak pohled na rodinu z hlediska populační a demografické tematiky by dohromady tvořil také jednu třetinu všech článků. Ryze demografickému pohledu na současnou rodinu bylo věnováno devět článků, 4,8 %. Z hlediska kategorizace tématu se jednalo o články, které neměly za cíl primárně hodnotit populační situaci v České republice, ale zpracovávaly problematiku rodiny primárně z pohledu sňatečnosti, rozvodovosti, porodnosti, případně potratovosti. Východisky k většině takových článků byly především demografické statistiky, výběrová šetření a výzkumné projekty, které byly v předchozích letech k problematice rodiny a reprodukce realizovány.

Rodinná problematika tak byla dávana do souvislosti především se současným populačním vývojem nebo s diskusí o etických souvislostech interrupcí. I toto je svým způsobem demografické téma. Již z tohoto pohledu je zřejmé, jak odlišné mohly být přístupy ke zpracování těchto textů. Fungování rodiny a rodinné vztahy (koncentrující se spíše na

⁶ Zcela stranou byla ponechána reklama, soukromá inzerce a dalších druhů mediálních obsahů, jež lze nalézt v denním tisku a které se nepochybně také na proměnách postojů veřejnosti i sociální reality podílejí.

psychologický pohled na rodinu) byly základním námětem u 27 článků (14,4 %), sociální a populační politika u 22 článků (11,8 %), (Graf 1).

Graf 1: Zastoupení článků s rodinnou a reprodukční tematikou podle jednotlivých okruhů



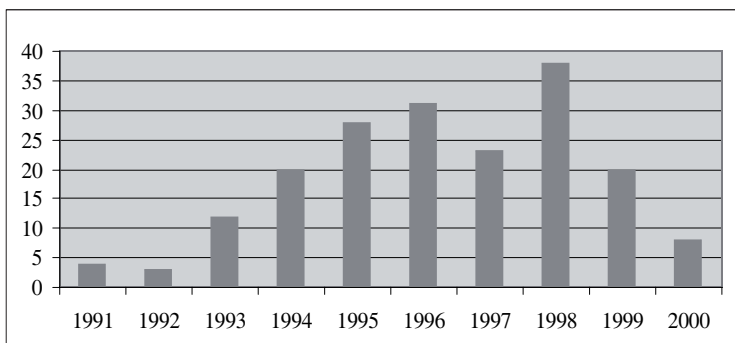
Kromě toho bylo v tisku nalezeno dalších 89 článků, které se sice nedotýkaly bezprostředně české rodiny a reprodukčního chování, ale mohly přinášet informace, které byly s tímto tématem spojovány. Jednalo se o články věnované světovému populačnímu vývoji, situaci v Evropě, případně konferencím o populaci. Tyto články do analýzy s tematikou české rodiny a reprodukce zahrnuty nebyly, zřejmě však je, že stejně jako další mediální témata mohly k difuzi názorů, postojů a způsobů chování v této oblasti přispívat.

Vývoj frekvence výskytu článků s rodinnou a reprodukční tematikou ve sledovaném období ukazuje následující Graf 2. K nejvyššímu výskytu zpráv došlo v roce 1998, druhým vrcholem byl rok 1996. Lze si klást otázku, co bylo stimulem vyššího zájmu o toto téma v uvedených obdobích. Rok 1998 nabízí souvislost s projednáváním novely zákona o rodině, jež se mohla odrazit ve zvýšeném zájmu médií o toto téma. Diskuse na stránkách denního tisku probíhala zřejmě především v souvislosti s aktuálními politickými otázkami.

Dalším ukazatelem poměrně slabšího zájmu denního tisku o problematiku rodiny byla též frekvence výskytu článku na titulní straně deníku, objevilo se jich tam necelých 7 %. Nejednalo se zřejmě o téma, které mělo přitahovat pozornost čtenářů.

Samotné slovo rodina se v jakémkoliv svém tvaru objevilo v titulku 12,2 % článků, nejčastěji pak u problematiky fungování rodiny, ekonomické situace rodin a u právních úprav manželství a rozvodů. Jakýkoliv odborný výraz mělo v názvu 33 % článků, a to především z okruhu populační situace v ČR. Více než polovina článků (54,8 %) obsahovala v názvu nějaké hodnotící stanovisko, emotivní charakter byl zaznamenán u 12,2 %.⁷ Již na základě četby titulků si tak mohl čtenář udělat představu o vzájemných souvislostech těchto témat.

⁷ Emotivita vyjádření byla vztahována k použití emočně zabarvených slov, jakými byly například krize, přelidnění, exploze, nejisté vyhlídky a další. Měření probíhalo na jednoduché bázi výskytu

Graf 2: Vývoj výskytu článků s rodinnou a reprodukční tematikou v letech 1991–2000

Přítomnost hodnocení a emotivních vyjádření byla sledována nejen v titulku, ale též v textu. Hodnotící přístup byl patrný u 84 % článků. Informace s rodinnou a reprodukční tematikou byly podrobovány dalšímu výkladu, uvedení do souvislosti a zpracování.

Emotivní charakter bylo možné vystopovat u více než třetiny článků (35,1 %). Jednalo se především o články týkající se etického rozměru interrupcí. Pokud by toto téma bylo vynecháno, tvořily by články s emotivně zabarveným laděním 29 %. Emotivita vyjádření byla vázána na zpracovávané téma, značný vliv na její výskyt měl též fakt, zda autorem byl odborník z příbuzné oblasti, či nikoliv.

Nejčastější formou článku (35,8 %) byla úvaha, názor či zamyšlení, za nimiž následovala analýza s použitím odborné terminologie (bez grafu či tabulky 27,8 %). Třetí nejčastější formou textu byl popis problému bez použití terminologie (16,6 %). Pouze u 6,4 % článků byl uveden graf či tabulkové vyjádření, nejčastěji u populační situace v ČR (Tabulka 2). Neprokázal se však vliv odborného zaměření autora na uvedení grafické či tabulkové přílohy. U článků psaných odborníky se objevovala grafická příloha stejnou měrou jako u textů psaných novináři, publicisty či jinými osobami. V 29,2 % všech článků byli jejich autory sami demografové a odborníci z dalších příbuzných vědních oborů.

Tabulka 2: Charakteristiky článků o rodině a reprodukci dle typu článku

Typ článku	Zastoupení (v %)
Analýza problému, situace či události s použitím odborné terminologie a grafu či tabulky	6,4
Analýza problému, situace či události, s použitím odborné terminologie, ale bez grafu či tabulky	27,8

či absence takového výrazu v názvu. V rámci textu pak kromě toho bylo sledováno nejen použití emotivně zabarvených výrazů, ale též snaha přesvědčit čtenáře o určitém stanovisku, názoru či postoji.

Typ článku	Zastoupení (v %)
Popis problému, situace či události bez použití odborné terminologie	16,6
Popis problému, situace či události spíše v populární rovině (sklon k formě fejletonu...)	5,3
Úvaha, názor, zamyšlení	35,8
Rozhovor s odborníkem či politikem	6,4
Anketa	1,6
Celkem	100,0

Na jedné straně tak bylo možné sledovat zřejmou snahu o odborné zpracování tematiky, na stranu druhou se řada článků ve svém obsahu nevyhnula emotivnímu pojetí. Snaha o měření informační kvality prostřednictvím spolupráce deníku s odbornými autoritami, prostřednictvím využívání názornosti grafů a tabulek, prostřednictvím eliminací emotivního charakteru textu, narazila na rozporuplné a nekonzistentní výsledky.

Více než 40 % všech článků o rodinách a reprodukci směřovalo k mladým rodinám (případně mladým manželstvím, mladým lidem obecně). Bylo tomu nejen u populačního vývoje, ale též u problematiky ekonomické situace rodiny, rodinných vztahů i populační a sociální politiky. Téma rodiny tedy v mediálním sdělení zřetelně inklinovalo k pohledu z perspektivy mladé generace, s jistou dávkou nadsázky by bylo možné říci, že rodina v denním tisku byla totéž co *mladá rodina* či *rodina s malými dětmi*.

V řadě článků se objevilo srovnávání situace v ČR se situací v zahraničí (12,8 %). Ve 20 % byla situace komparována se stavem před rokem 1989. Pokud bychom opět vynechali kategorii etiky interrupcí, pak by tento podíl tvořil 40 %.

Téměř v jedné čtvrtině článků se objevil požadavek praktických opatření v sociální a populační politice, v necelých 7 % byly uváděny konkrétní návrhy pro taková opatření. Zajímavé bylo, že takové požadavky obsahovaly jak články s popisem problematiky bez použití odborné terminologie a se sklonem k „lehčímu“ žánru, tak i odborné analýzy s grafy a tabulkami.

Kvalitativní analýza článků věnovaných rodině a reprodukci

Kvalitativní analýza článků z denního tisku probíhala na dvou základních úrovních. V první byly podrobeny rozboru titulky článků, v druhé byly jednotkami analýzy celé texty. Důvody pro samostatnou analýzu titulků spočívaly v předpokladu, že jejich výroky se dostávají k podstatně širšímu okruhu čtenářů než celé texty.

Cílem této analýzy bylo studium toho, jaké základní (a svým způsobem jednoduché) významy obsahovaly články o rodině a reprodukci. Lze totiž předpokládat, že informace z denního tisku, jež si čtenář ukládá do paměti, případně s nimi pracuje v další komunikaci jsou spíše jednoduché významy a výroky, než složité konstrukce a vyjádření.⁸

⁸ Tato strategie se opírala o základní přístupy kvalitativní obsahové analýzy podle Mayringa (2000), jež měla umožnit studium těch momentů, které není právě kvantitativní obsahová analýza schopna postihnout. Těmi jsou jak analýza samotného textu, tak rozkrytí sociální reality, v níž text vzniká.

Analýza titulků

Tematika rodiny v obecné podobě se v titulcích seskupovala do tří základních okruhů – bilancování k roku 2000, ekonomická stránka rodiny a problematika aktuálnosti rodiny. Titulky „Česká rodina v roce 2000“ (LN 1996/84:8) či „Česká rodina na konci druhého tisíciletí“ (ZN 1999/291:7) a jiné poukazovaly na potřebu hodnocení a analýzy stavu a proměn současné rodiny. Stejnou měrou byla rodina vnímána v intencích svého finančního hospodaření a ekonomické pomoci státu. Velmi zajímavé pak byly takové titulky, jež poukazovaly na úpadek významu rodiny v současné době (například „Rodinu dnes obhájí už jen mafiánské filmy“ (LN 1994/283:9) nebo „Klasická rodina je přežitý model starců“ (LN 1999/186:1)).

Mladí lidé a mladé rodiny byli zmiňováni především v souvislosti se svým ekonomickým zabezpečením. Hlavním opakujícím se tématem těchto titulků byla ekonomická pomoc státu mladým rodinám a mladým manželstvím. Tvrzení, jež se opakovala, měla v podstatě stále obdobný charakter „Mladá manželství s dětmi potřebují pomoc neprodleně, razantně a konkrétně. Pokud jim tato pomoc nebude poskytnuta, pocítíme dopad všichni.“ (HaNo 1998/107:1, 3) Mladá generace byla vnímána především v intencích ekonomické pomoci státu a ekonomického zajištění. Nepřímo byla na této úrovni vytvářena souvislost mezi poklesem porodnosti a ekonomickou situací mladé rodiny. Mladá generace byla viděna především z pohledu *ekonomiky a závislosti*.

Také děti – a to především děti v rodině – byly opět spojovány s ekonomikou. V souvislosti s dětmi byl často uváděn pokles jejich počtu a rodinné vztahy vzhledem k nim.

Ohledně porodnosti probíhala zajímavá „diskuse“ již na úrovni titulků. Bylo možné nalézt protichůdné výroky, a to i v rámci jednoho deníku. Bylo významně vyzdvihováno, že dramaticky⁹ klesá počet narozených dětí, jiné titulky naopak uváděly, že pokles porodnosti není katastrofou. V této souvislosti byla často zmiňována úloha státu – „Kvůli státu děti neporodíme“ (MF Dnes 1996/60:6), „Nerodíme, ale Klaus za to nemůže“ (MF Dnes 1996/128:12), „Stát porodnost neovlivní“ (ZN 1997/186:2), a jiné.

Sňatečnost, manželství a partnerství v titulcích nejvíce směřovaly k tematice rozvodovosti. Partnerství bylo vnímáno především v pojmech *krize vztahů, řešení rozvodem a jeho právní úpravy*.

Potraty byly v rámci této analýzy nejčastěji popisovány jako *právo ženy* a jako *politický problém*. „Diskuse“ svým způsobem probíhala i v nadpisech jednotlivých článků a zahrnovala názory odpůrců potratů, i jejich přívrženců. Kromě toho se řada titulků nevyhýbala emotivně zabarveným vyjádřením. (Například „Naše společnost je lhostejná k otázkám života a smrti“ (LN 1998/37:11), „Lepší pilulka smrti než umírání matek“ (MF Dnes 1994/35:6), „Za svobodu volby všech lidských bytostí“ (LN 1998/43:11), a jiné.)

Pozornost tak může být upřena na kontext využitých textových prvků, na latentní struktury, jež zde mohou být obsaženy, na významné jednotlivé případy a významové směry textu, a tak dále. Při kvalitativní analýze hlavních titulků byly k základním tematickým okruhům vyhledány příslušné názvy (jeden název se mohl objevit u více témat). Dle pravidel modelu shrnutí bylo provedeno parafrázování a transformace textu na gramaticky krátkou formu, převedení na jednotnou úroveň abstrakce, vyloučení obsahově stejných parafrází a shrnutí podobných parafrází a konstrukcí. Blíže k metodologii tohoto šetření Stašová (2005).

⁹ Řada titulků používala emotivní pojmy jako *rekordně, dramaticky, po nás potopa, ...*

Populační politika byla v nadpisech jak přijímána, tak i odmítána. Na jednu stranu „Aktivní populační politika může zmírnit ekonomické potíže“ (HN 1996/110:8), na druhou „Propopulační opatření státu nepřináší efekt“ (LN 1994/212:3).

Analýza textů

Kvalitativní obsahová analýza textů probíhala stejnými metodologickými postupy jako analýza titulků, do souboru však nebyly zahrnuty články pojednávající o etickém rozměru interrupcí, jež měly poněkud odlišný charakter.¹⁰

Je třeba konstatovat, že výroky a tvrzení nalezené v textech článků odrážely širokou názorovou pluralitu, již bylo možno sledovat i v odborných kruzích, které diskutují o problematice současné rodiny, o jejím místě v životě jedinců a společnosti, o poklesu porodnosti, jeho příčinách a důsledcích. Řada článků se snažila o odborné zhodnocení situace na základě provedených výzkumných šetření, o analýzu stavu prostřednictvím komparace různých motivů, přístupů a hledisek. Přes toto široké spektrum bylo možné sledovat určité kategorie a schémata, v nichž diskuse o rodině a reprodukci na stránkách deníků probíhala.

Nejčastěji používanými pojmy a kategoriemi v souvislosti s rodinnou a reprodukční tematikou tak byly: *chudoba, byty, hodnoty a šance, omezení, odpovědnost, stát a jeho úloha, politika a její možnosti, důvody poklesu porodnosti, význam rodiny pro život jedince i společnosti, mladé rodiny, vztahy v rodině, hodnota dítěte.*

Výroky v textech článků se stejně jako u výroků v titulcích velmi často obracely k ekonomické stránce reprodukce a života rodiny. Mladá rodina (i rodina obecně) byla velmi často dávána do spojitosti s chudobou. V textech se často objevovaly výroky jako „chudoba nejčastěji postihuje mladé rodiny“ (HN 1991/295:4), „rodiny s malými dětmi patří k chudším skupinám populace“ (LN 1996/32:8), „mít děti nebude levné“ (MF Dnes 1996/60:6). Dítě bylo vnímáno do značné míry jako ekonomický náklad, luxus či výdaj, který si někteří mladí lidé mohou dopřát jen obtížně. Dítě, chápáné jako zdroj odříkání či překážka realizace mužů i žen v profesi, posouvalo vnímání rodičovství především do oblasti negativních pocitů a postojů. Pouze v jednom jediném článku bylo dítě viděno z perspektivy radosti a životního přínosu.

V tomto úhlu pohledu byla chudoba vnímána jako příčina poklesu porodnosti po roce 1989. Mladí lidé byli zobrazováni jako sociálně potřebná skupina, jež právě z materiálních důvodů odkládá narození dítěte. „Normální rodina bude vždy nelibě nést, že se ocitla v sociální síti jen proto, že má děti.“ (SS, 1997/62:5). V této souvislosti byl pokles porodnosti viděn jako důsledek, negativní dopad transformace společnosti.

V této souvislosti byl zdůrazňován a často zmiňován vliv bytové politiky a dostupnosti bytů pro mladé rodiny. Jejich nedostatek byl považován za klíčový v úvahách o poklesu porodnosti. Z většiny takových tvrzení vyplývalo, že pokud by dostatek bytů byl, k poklesu porodnosti by nedošlo, případně by se zastavil a porodnost by se zvýšila. „Je zoufalý nedo-

¹⁰ Výběrový soubor tvořily 104 články z tematických okruhů *Populační situace v ČR, Sociální a populační politika, Ekonomická situace rodin, Interrupce – stav a dostupnost, Rodina z demografického pohledu a Fungování rodiny, rodinné vztahy.*

statek bytů, proto mnozí mladí manželé musí bydlet u rodičů nebo příbuzných ve stísněných poměrech, což znamená, že založení rodiny odkládají a nebo se spokojí s jedním dítětem.“ (SS 1996/71:7). „Důvodů pro pokles porodnosti je několik... hlavně bytová nouze.“ (HN 2000/135:5).

Bytová politika byla velmi často zmiňována jako součást žádoucí populační politiky státu, již by současná vláda měla věnovat pozornost. V řadě článků byla vláda obviňována z neřešení těchto problémů a pokles porodnosti byl vnímán jako jejich logický důsledek. Do tohoto schématu pak logicky zapadají ta vyjádření, jež se dožadují zásahů ze strany státu. „Zlepšení populačního vývoje vyžaduje neodkladná, razantní a zcela konkrétní opatření.“ (HaNo 1998/107:3). „Počet narozených dětí výrazně ovlivňuje populační politika státu.“ (MFDnes 1994/6:7). „Stát by měl vytvářet podmínky pro to, aby mladé rodiny mohly v naší vlasti normálně žít. Postačí tlak na situaci v bydlení.“ (ZN 1997/190:6).

Jiné úvahy o poklesu porodnosti a zakládání rodiny v České republice po roce 1989 tvoří skupina výroků ze studovaného denního tisku, jež vnímá pokles porodnosti jako logický důsledek rozšíření nabídek životních perspektiv a též jako pozitivní příklon ke standardům chování obvyklým v západoevropských zemích. Odkazuje se především na proměny hodnotové orientace mladé generace. „Nízká porodnost je spíše důsledkem změny životního stylu a šanci mladých lidí, kteří pak založení rodiny odkládají do pozdějšího věku.“ (MFDnes 1997/182:1). „Hlavními důvody pro pokles porodnosti jsou změny životního stylu, více příležitostí pro osobní seberealizaci...“ (MFDnes 2000/50:3). „Tento pokles [porodnosti] je způsoben měnicí se dobou, kdy mladí lidé mají před sebou nové možnosti seberealizace.“ (LN 1996/58:3). Pokles porodnosti a odkládání založení rodiny jsou v rámci těchto příspěvků chápány jako přirozené součásti vývoje transformující se společnosti, chování mladých lidí je vnímáno jako odpovědné s pozitivními rysy v oblasti dozrávání pro rodičovství.

V souvislosti s tím je populační politika státu vnímána jako nepotřebná, zbytečná či dokonce škodlivá a jediným způsobem, jak eliminovat negativní důsledky z něj plynoucí pro budoucí vývoj obyvatelstva, je působit v oblasti zdravotní a důchodové politiky. „Podle demografů jsou opatření na podporu porodnosti marnotratným plýtváním. Nikde se takto nepodařilo porodnost trvale zvýšit. Jejich krátkodobý vliv v podobě několika silných útoků je spíše škodlivý.“ (HN 1999/173:1).¹¹ Z dnešního pohledu působí kuriózně výrok z roku 1993: „Porodnost podle všeho poroste, a my bychom ji neměli akcelerovat sociálními opatřeními.“ (MF Dnes 1993/218:6).

V celé řadě textů bylo poukazováno na význam rodiny pro jedince a společnost. Autoři článků se velmi často odkazovali na realizované výzkumy veřejného mínění mapující názory na význam rodiny v hodnotovém žebříčku respondentů. V několika textech se objevil rovněž odkaz na utvářející se pluralitu životních uspořádání a postojů k rodině.

„Jasně vytyčené bariéry klasické rodiny se stále více uvolňují. Roste počet lidí, kteří se vymykají univerzálnímu modelu. Nápadnější je tato skutečnost na Západě, kde se prosazuje

¹¹ Velmi zajímavé je rozdílné vnímání obsahu populační politiky v různých člancích. Jedno a totéž vyjádření totiž v sobě skrývá jak dávky, finanční podporu rodiny, tak bytovou politiku, dlouhodobější sociální politiku, podporu rodiny s dětmi až po utváření vhodného klimatu, jež zajišťuje perspektivu a stabilitu životních perspektiv jako nutný rámec pro klidné zakládání rodiny.

tendence k neformálnímu soužití, dokonce i když partneři mají děti. Ale i u nás je stále více dvojic, které nepotřebují pro své soužití potvrzení z úřadu.“ (LN 1995/54:1)

Tato pluralita je vnímána jako přirozená součást vývoje a veřejné mínění alternativní formy rodiny vnímá jako normální, legitimní. Přesto je většina textů zaměřena na klasickou rodinu, již jeden z nich vymezuje jako soužití „obou rodičů s dvěma dětmi“ (SS 1996/92:7). Podle tohoto vyjádření by pak i vícedětná rodina či rodina s jedním dítětem mohla být chápána jako alternativní.

Pozoruhodné rovněž bylo, že i texty v denním tisku upozorňovaly na rozpor mezi představami české populace a jejím reálným chováním.

Zakládání rodiny a porodnost byly též do značné míry nahlíženy z pohledu žen a jejich životních rozhodnutí. Ženy byly v souvislosti s rozhodnutím k rodičovství zmiňovány ve dvou nejčastějších souvislostech – *finance a kariéra*. V první z nich byly vnímány jako „kalkulující“ bytosti, které velmi přesně počítají finanční náklady na děti a podle toho se rozhodují. V druhé byla „diskutována“ především otázka, zda lze spojit kariéru a rodičovství, případně jakým způsobem. Na tyto otázky odpovídají texty různým způsobem. Jednak se „kariéra i rodičovství dají spojit dokonce i u špičkových profesí“ (MF Dnes 1993/242:7), jednak „Hrát dvojroli matek a výdělečně činných pracovnic či dokonce budovatelek vlastní kariéry bylo pro ně [ženy] vždycky těžké. Dneska je to ale těžší.“ (LN 1997/186:8) Přitom řada textů uvádí, že finanční příspěvek ženy do rodinného rozpočtu je nutný, ale objevilo se i zajímavé tvrzení, že „Většinu žen jejich práce nijak neobohacuje.“ (LN 1999/187:17)

Ohrožení rodiny je z pohledu denního tisku nejednoznačné. Podle některých výroků byla česká rodina v průběhu 90. let v kritické situaci, jiné výroky tento názor popírají. Rizikovými oblastmi života rodiny jsou podle textů především *podnikání jejich členů, nedostatek volného času, finance a vliv médií*.

Vliv médií byl vnímán převážně jako negativní. „Média sugerují mladým lidem, že jejich standardem by mělo být bydlení ve vile s bazénem a sportovním autem ... mladí lidé dobře vědí, že každé dítě jejich životní standard od ideálu mediální úspěšné rodiny vzdaluje.“ (HaNo 1998/248:1) „Mezi vnější faktory ovlivňující krizi manželských vztahů patří masmédiá, která hustí do lidí svoji pochybnou filozofii. Při předvádění partnerských a mezilidských vztahů média podvádějí a hrubě zkreslují.“ (LN 1994/283:9) Média tak sebe sama hodnotila jako faktor ovlivňování hodnotové orientace mladé generace prostřednictvím obsahu sdělení a jako zdroj vzorů pro nápodobu.

Ve studovaných člancích se v titulcích i samotných textech objevila některá tvrzení, jež se víceméně v různých podobách opakovala. Zajímavé na těchto opakujících se vyjádřeních byl fakt, že nebylo možné vysledovat pouze jeden směr „mediálního myšlení“. Velmi často byly názory v opozici, a to i ve stejném deníku v různých vydáních, či dokonce v rámci jednoho textu. Studovaný denní tisk tedy nabízel různorodá vysvětlení současného stavu i odlišný pohled na problematiku současné rodiny. Klíčovými slovy, která se v této souvislosti objevovala, byly: *úloha státu, možnosti změny současného stavu a charakteristika současné situace v oblasti rodiny*. Z tohoto hlediska lze konstatovat, že mediální „působení“ neprobíhalo pomocí ideologizace jednotlivých problémů, ale spíše prostřednictvím míry pozornosti, věnované jednotlivým okruhům. K tomu přispívaly také pojmy, které média dávala do souvislosti s rodinou, jejím zakládáním a fungováním.

Mediální zpráva o rodině z pohledu mladé generace

Do jaké míry věnuje mediálním informacím o rodině pozornost mladá generace? O jaké zprávy se jedná a z jakých zdrojů pocházejí? Jaké názory mají mladí lidé na úlohu médií při utváření obrazu rodiny a partnerství? Tyto otázky byly součástí dvou realizovaných výzkumných šetření s mladými respondenty ve věkové kategorii 18–30 let. Šetření se týkala partnerství a rodičovství a postihla též některá témata z oblasti působení médií a jejich vnímání mladými lidmi.

Šetření proběhla dvěma různými cestami, prostřednictvím strukturovaných rozhovorů zpracovávaných kvantitativními postupy a semistrukturovaných kvalitativních rozhovorů. Oba typy rozhovorů byly realizovány v průběhu roku 2000. Dotazovaní byli tedy částí populace, jež byla ve větší či menší míře v 90. letech s výše analyzovanými mediálními obsahy konfrontována, a mohla tak ve svých názorech jejich působení reflektovat.¹²

V rámci strukturovaného dotazování byla respondentům položena otázka, zda si vzpomenu na nějakou zprávu o rodině, kterou v poslední době slyšeli či četli. Téměř polovina z nich (45,5 %) si takovou zprávu vybavila, 54,5 % žádnou takovou zprávu podle svého vyjádření nezaznamenalo. Nepotvrdila se však souvislosti mezi schopností vybavit si zprávu o rodině a sledovaností mediálních zdrojů. Shoda v zastoupení těch, kteří si takovou zprávu vybavili, byla u všech skupin různě „informovaných“ překvapivá. 46 % respondentů, kteří velmi často sledují média, odpovědělo na tuto otázku ano, stejně jako 45 % těch, kteří sledují média velmi málo.¹³

Čím byla tato skutečnost způsobena? Jedná se o míru pozornosti, kterou jedinci těmto zprávám věnují bez ohledu na to, jak často sledují mediální zdroje? Jsou zprávy o rodině specifickým druhem zpráv, které je třeba „vyhledávat“, a proto je evidují právě ti, kteří se o ně více zajímají? Nebo je tato skutečnost ovlivněna nutností „vzpomenout si?“ Ukázalo se, že skupinu těch, kteří si zprávu o rodině vybavili, je poměrně obtížné na základě dostupných proměnných identifikovat. Muži i ženy si zprávy o rodině vybavovali zhruba stejnou měrou, výsledky pro obě pohlaví se lišily pouze o několik desetin procentního bodu. Ani rodinný stav či počet dětí respondentů nehrály významnější roli. Stejně tak ani nejčastěji čtený deník či nejvíce poslouchaná stanice neměly na uvádění zpráv o rodině vliv. Pouze ti, kteří

12 Strukturovaného dotazování se zúčastnilo 200 respondentů ve věku 18–30 let, semistrukturované kvalitativní rozhovory byly realizovány s 20 respondenty ve věku 20–29 let při rovnoměrném zastoupení pohlaví. Všichni dotazovaní měli v době dotazování ukončené středoškolské vzdělání a byli studenty některé z forem vysokoškolského studia, bakalářského či magisterského stupně, prezenční i kombinované formy. U strukturovaného rozhovoru tvořili 65 % respondentů studenti oborů se sociálním zaměřením. Všechny rozhovory byly realizovány v průběhu roku 2000. Blíže k metodologii rozhovorů Stašová (2005).

13 Proměnná „sledovanost médií“ spojovala proměnné sledování tisku, sledování rozhlasu a sledování televize a sčítala body získané v těchto proměnných. *Vysoká sledovanost* pak znamenala každodenní sledování alespoň jednoho zdroje informací a k tomu několikrát týdně ostatních zdrojů. U *středního stupně sledování* byl alespoň jeden ze zdrojů sledován několikrát týdně. U *nízkého sledování* pak respondenti věnovali pozornost vybraným zdrojům informací maximálně jednou týdně či méně.

o sobě uvedli, že více sledují dění v České republice, si také častěji všimli zpráv s rodinnou tematikou.

Zaznamenané zprávy o rodině pocházely nejčastěji z tisku (51 %). Druhým významným zdrojem byla televize (13,2 %). Z rozhlasového vysílání pocházely informace o rodině, které si respondenti vybavili, pouze v 9 %. 14,3 % respondentů si však zdroj informací o rodině nebylo schopno vybavit. Z hlediska obsahu zprávy se jednalo především o informace týkající se ekonomické situace rodiny, nakupování, zdražování, sociálních dávek a nezaměstnanosti, pak o zprávy týkající se kriminality, týrání, zneužívání, alkoholismu a drog. Častým kontextem zpráv o rodině byla též škola a vzdělávání (Tabulka 3).

Tabulka 3: Obsah vybavovaných zpráv o rodině

Obsah zprávy	Četnost (v %)
Ekonomická situace, nakupování, zdražování, sociální dávky, nezaměstnanost	18,8
Kriminalita, týrání, zneužívání, alkoholismus, drogy	15,6
Rodina a škola, vzdělávání	14,6
Vztahy v rodině, rodinná výchova, komunikace	11,5
Demografická situace	9,4
Bytová otázka	8,3
Zdraví, zdravotní postižení, neplodnost...	6,3
Životní styl, volný čas	5,2
Problematické rodiny, náhradní rodiny	3,0
Romská problematika	2,1
Ostatní (homosexualita, právo, zákon, občanská sdružení...)	4,2
Neuvedeno	1,0
Celkem	100,0

Zřetelně medializovaná problematika ekonomické situace rodiny (viz obsahová analýza tisku) byla též nejčastěji vybavovaným tématem. Přitom zdrojem těchto zpráv byl v 50 % právě denní tisk. Domnívám se, že k této skutečnosti přispěl i faktor další, jímž byla specifická pozornost respondentů v určité fázi životního cyklu. Právě v tomto životním období (18–30 let) mohou být mladí lidé na taková témata obzvláště vnímaví. Z perspektivy teorií selektivního vlivu tak lze sledovat, jak určití příjemci věnují určitým mediálním obsahům větší pozornost, protože jsou relevantní pro jejich životní situaci, sociální skupinu, věk a podobně (například DeFleur a Ballová-Rokeachová 1996:204–208). Na druhou stranu však bytová otázka, přestože i ona nezůstala stranou mediálního zájmu 90. let, takovou pozornost respondentů nezbuzovala.

Po chvíli byli respondenti v rozhovoru znovu požádáni, aby si vzpomněli, zda zaznamenali nějakou zprávu o rodině, tentokrát již s ohledem na vybraný mediální zdroj. Na otázku, zda si respondent vybaví nějakou zprávu, kterou o rodině v poslední době četl, odpovědělo kladně 43 %. Čím častěji respondent četl denní tisk, tím pravděpodobněji si byl schopen informace o rodině vybavit. Alespoň polovina z těch, kteří četli denní tisk několikrát týdně,

četla v poslední době také nějakou zprávu, která se týkala současné rodiny. Přestože z celkového pohledu v denním tisku nebylo zpráv o rodině příliš, tyto informace pozornost studované části populace upoutávaly. Nepatrně pozornější ke zprávám o rodině byly ženy (44 % proti 41 % u mužů).

Zprávy, které byly nejčastěji uváděny, pocházely nejvíce z Mladé fronty Dnes (19,8 %), na druhém místě byla periodika typu Týden, Elle, Ty a já. Právě tyto časopisy se specifickým obsahem, zaměřené na určitý okruh čtenářů, představují zajímavý vstup do zdrojů informací o rodinné problematice.¹⁴ Teprve za nimi byly Lidové noviny, přestože dle obsahové analýzy tisku byly nejsilnějším zdrojem publikovaných zpráv s rodinnou tematikou. Mezi zdroji zpráv se objevila i odborná periodika typu Rodina a škola, Děti a my, Sociální práce či Psychologie Dnes (Tabulka 4).

Tabulka 4: Zdroje vybavovaných zpráv o rodině v tisku

Název zdroje	Výskyt (v %)
MF Dnes	19,8
Lidové noviny	15,1
Deníky Bohemia	4,7
Reflex	4,7
Rodina a škola	4,7
Právo	3,5
Psychologie Dnes	3,5
Děti a my	2,3
Sociální práce	1,2
Ostatní zdroje (Týden, Elle, Ty a já, Magazín mladých, ...)	17,4
Neuvedeno	23,1
Celkem	100,0

Které zprávy o rodině respondenti v poslední době zaznamenali? (Vzhledem k době realizace šetření lze předpokládat, že to byla nejpravděpodobněji druhá polovina roku 2000.) Nejčastěji uváděli respondenti zprávy o ekonomické situaci rodiny, nakupování, zdražování, sociálních dávkách a nezaměstnanosti (21 %). Na druhém místě se objevily zprávy o vztazích, komunikaci a výchově v rodině (13 %). Dalšími, poměrně stejně zastoupenými oblastmi byly kriminalita a sociálně patologické jevy (12 %), demografická situace (12 %) a problematika vzdělávání (11 %).

Téma ekonomické situace rodiny bylo nejčastěji zaznamenáno v Mladé frontě Dnes a v Lidových novinách. Obsahová analýza článků z tisku však ukazovala, že tato média nebyla přednostně zaměřena na prezentaci informací o rodině vzhledem k tomuto tématu. Ani rok 2000 nebyl z hlediska četnosti zpráv s touto tematikou nijak výjimečný. Domnívám se, že pozornost věnovaná této problematice opět souvisí s výběrovou pozorností této části

¹⁴ Osvaldová (2004) ukazuje, jak jsou ženské časopisy podobného typu pro české ženy významným zdrojem informací o sobě samých a pramenem pro sebehodnocení českých žen.

mladé populace a mohla být umocňována dalšími druhy zpráv, které sice primárně nevypovídaly o rodině, avšak v celkovém kontextu tuto tematiku rovněž zasahovaly.

Zprávy o komunikaci a vztazích v rodině čerpali respondenti nejvíce z periodik typu Týden, Elle, Ty a já, Magazín mladých, a dalších. Jistý protipól pak představovalo odborné periodikum Psychologie Dnes, jež u tohoto tématu rovněž patřilo mezi četnější zdroje informací. Vzhledem k charakteristice studovaného souboru to však není nijak překvapivé. Vybavovaná témata vzhledem ke zdrojům informací nijak neodpovídala reálnému zaměření deníků studovaných v rámci obsahové analýzy. Přestože například deník Lidové noviny věnoval v souvislosti s rodinnou tematikou značnou pozornost především problematice interrupcí a rodinných vztahů, ve výpovědích respondentů byl nejčastějším zdrojem zpráv o demografické situaci v České republice. Mladá fronta Dnes sledovaná z pohledu obsahové analýzy jako nejsilnější zdroj informací o demografické situaci naopak byla hodnocena respondenty jako nejméně využívaný zdroj zpráv o rodině s tématem vzdělávání a rodina a škola. (Zdroj informací o rodině si přitom bylo schopno vybavit 76 % respondentů.)

V další části rozhovoru se respondenti měli vyjádřit k tomu, jaké jsou podle jejich názoru aktuální problémy české rodiny. V této souvislosti jim pak byla položena otázka, jaké informační zdroje při těchto odpovědích používali. Polovina respondentů se významně opírala o vlastní zkušenost, 10 % respondentů významně využívalo informací získaných z médií. Vůbec informace z médií nepoužilo 11 % respondentů (Tabulka 5). Zajímavým se přitom ukázal fakt, že média byla silnějším zdrojem informací o aktuálních problémech rodiny než škola a studium. Informace ze školy vůbec nepoužilo 34 % respondentů. Téměř čtvrtina respondentů (24 %) použila významně informací od přátel a známých.

Při hodnocení skutečností týkajících se rodiny většina respondentů vycházela především z přímých osobních zdrojů – vlastní zkušenosti a zkušenosti přátel a známých. To odpovídá také poznatkům teorie difuze, v níž je podstatný důraz kladen na interpersonální kontakty a komunikaci. Tak se medializované obsahy mohou šířit dále nemediální cestou. Pokud bychom však hodnotili zdroje informací podle počtu respondentů, kteří je při odpovědi na otázku vůbec nepoužili, byla by média vnímána jako nepatrně silnější zdroj informací než zkušenosti od přátel a známých (Tabulka 5).¹⁵

Tabulka 5: Zdroje informací pro hodnocení aktuálních problémů české rodiny (v %)

<i>„K odpovědi na otázku týkající se problémů současné rodiny jste použil/a“</i>	Vlastní zkušenost	Přátelé a známí	Média	Škola	Jiný zdroj
Významně	47,7	24,1	10,6	8,0	2,5
Částečně	48,7	61,3	78,4	58,3	5,5
Vůbec	3,5	14,6	11,1	33,7	92,0
Celkem	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

¹⁵ Statisticky významné odlišnosti byly prokázány mezi muži a ženami. Mediální vliv na vlastní názory tak více přiznávaly ženy. Vypočtená hodnota chí-kvadrátu pro dva stupně volnosti byla 7,898.

Otázky ekonomické situace rodiny byly jedny z těch, které si respondenti v souvislosti s informacemi v médiích vybavovali nejčastěji. V rámci strukturovaného rozhovoru se 88 % respondentů domnívalo, že *by měla být tematice rodiny věnována v médiích ještě větší pozornost*. Zde bylo možné zaznamenat paradoxní situaci vyplývající z faktu, že zájem vyjadřovali o témata, která se například v denním tisku již také poměrně často objevovala. Zájem o medializaci některých témat ze strany respondentů tedy směřoval do značné míry k těm, která bychom mohli nazvat „klasickými“.

Důležitá též byla vlastní aktivita ve vyhledávání informací a zpráv. Dotazovaní velmi často vyjadřovali přesvědčení o tom, že kdo má zájem, informace o rodině, jež byly většínou vnímány jako specifický druh zpravodajství či publicistiky, registruje v dostatečné míře. Ti, kteří informace o rodině v médiích zaznamenali, byli také těmi, kteří do značné míry tyto informace vyhledávají. Bylo tak možné znovu sledovat *selektivní* pozornost věnovanou informacím o rodině a reprodukci vzhledem k různorodému mediálnímu publiku.

Při hodnocení zájmu médií o rodinnou tematiku v rámci semistrukturovaných rozhovorů respondenti vyjadřovali protichůdné názory. Problémy spatřovali spíše ve způsobech prezentace a v podání problematiky. „Já bych asi neviděla takový problém v množství pozornosti, ale v tom, jak se na rodinu nahlíží... je docela důležité, jak se to prezentuje.“ (Štěpánka) I v těchto rozhovorech vystupoval do popředí faktor vlastní aktivity ve vyhledávání informací a zpráv. Dotazovaní byli často přesvědčeni o tom, že kdo má zájem, informace o rodině může získávat v dostatečné míře.

Tito dotázaní také uváděli jako nejčastější mediální témata související s rodinou *finanční a bytové problémy, reklamu, sociální dávky, zdražování, mezilidské vztahy, mládež, kriminalitu, nízkou porodnost a kojení*. Zmiňovali přitom především praktické příklady medializovaných témat – zvyšování nájemného, vody, elektřiny, zdražování potravin... Z těchto vyjádření bylo zřejmé, že i témata, která primárně nejsou ve zpravodajství zaměřena na rodinu, jsou v širším kontextu jako informace související s rodinou vnímána.

Absence medializace se týkala podle dotazovaných především násilí v rodině a týrání. Poukazováno bylo na fakt, že tyto informace se objevují pouze v souvislosti se senzačními událostmi. Stejně tak někteří respondenti postrádali informace o postavení ženy, o problematice výchovy dětí, o nesezdaných párech, postižených dětech. I zde byla škála odpovědí velmi různorodá.

Kromě obsahu informací o rodině v médiích se respondenti v průběhu rozhovorů vyjadřovali k tomu, co média ukazují, jaké plní funkce, co předkládají příjemcům. Zajímavým momentem byly názory na zkreslování reality médii. Objevovala se dvě odlišná vyjádření – buď média pouze *informují a nekomentují*, nebo *komentují a zkreslují*. Komentář tak byl vnímán většinou jako způsob, jímž je realita mediálně transformována a tato transformace přináší falešný obraz o rodině.

Při shrnutí všech odpovědí, které byly uvedeny v rámci semistrukturovaného rozhovoru, bylo možné sledovat širší záběr odpovědí respondentů a kategorie, s nimiž pracovali. Na základě jejich výpovědí lze sledovat, co od médií zjevně i skrytě očekávají. Tyto kategorie vystihovala používaná slovesa, jež popisovala média a jejich působení. Objevovaly se především následující výrazy: *informovat, poukazovat, ukazovat, řešit, ukazovat vzory, dělat osvětu, pojmenovávat, zajímat se, upírat pozornost, věnovat pozornost, rozebírat, srovnávat*,

popisovat, omílat, zabývat se, konstatovat, soustředit se na něco, zaměřovat se, prezentovat, nahlížet na něco, hovořit, ovlivňovat, komentovat, diskutovat, mluvit, působit na, podtrhnout, probírat, zmanipulovat, zaobírat se, přemílat, opomíjet, zaznamenávat, hloubat, nastínit.

Čemu by se měla média podle respondentů věnovat? Velmi často byly zmiňovány sociální a psychologické stránky rodiny, soužití generací. „Když se to odkládá do pozadí, pak se lidi diví, že jejich děti mají výchovné problémy, i když je tak dobře zabezpečují. Média by měla ukazovat, že je důležité být s dětmi, prožívat tu dobu s nimi, vychovávat je, starat se o ně.“ (Kateřina)

Podle některých dotázaných by měla média informovat o možnostech, kterými se může zlepšit ekonomická situace rodiny, jak lze konkrétně pomoci mladé rodině. „Jaké kroky může člověk udělat pro to, aby třeba sehnal byt. Nebo kam se má obrátit, když žádá o různé sociální přídatky a podobně.“ (Kateřina) „Nejlepší by bylo vymyslet a ukázat nějaké cesty.“ (Martin) „Měly by poskytovat informace o tom, čeho může rodina využít ze strany státu, kde může najít odbornou pomoc, když bude v nesnázích.“ (Iva) Zejména ženy od médií velmi často žádaly poradenství zaměřené na rodinu, muži mediální poradenství zmiňovali podstatně méně.

Značný zájem přitom dotázaní bez rozdílu pohlaví projevovali o zprostředkovávání pozitivního vzoru v médiích. „Ukazovat rodiny, které fungují, jak spolu lidé vycházejí, poukazovat na stabilní a pozitivní vztahy, aby to bylo moderní. Ukázalo by se, že se to také dá dělat jinak, než přijít odpoledne z práce, udělat si kafe, sednout si k televizi a zeptat se dětí, co bylo ve škole... Že bychom spolu v rodině měli více komunikovat.“ (Štěpánka) Média by se také mohla podle dotázaných více soustřeďovat na výchovu dětí. Jak uvedla v rozhovoru Kateřina, „málo rodičů půjde do knihovny a bude tam studovat nějakou tlustou knihu.“

Někteří dotazovaní zmínili v současných českých médiích nedostatek informací o alternativních rodinných uspořádáních, o pluralitních modelech rodiny. „Málo se ví o současném trendu, kdy žena vychovává dítě bez manžela. V médiích zůstává stále jediný model rodiny, ale on se opravdu proměňuje. Dnešní situace už je posunutá trochu někam jinam.“ (Václav) Takovou situaci ukázala i obsahová analýza zpravodajských informací v českém tisku, i v nich byla rodinná problematika chápána především v intencích manželské rodiny s dětmi.

Možnosti mediálního vlivu v oblasti rodinné problematiky

Jednu skupinu otázek ve strukturovaném rozhovoru tvořila tematika vlivu médií, jeho vnímání respondenty, a názorů na tento vliv. Předpoklady pro tuto část výzkumného rozhovoru vycházely z kultivační teorie a teorie socializace prostřednictvím médií. Rozhovory však poskytly reflexi jen části mediálního vlivu – toho vlivu, který si respondenti uvědomovali. Skryté působení médií zůstalo mimo možnosti studia a sféru pozornosti tohoto šetření.

56 % respondentů v rozhovorech uvedlo, že se při utváření vlastního názoru na určitou věc řídí také informacemi, které získali sledováním médií. Není však možné konstatovat, že by to byli právě ti, kteří více sledují média. Jednalo se o nepatrně vyšší podíl žen než mužů, který však nebyl signifikantní.

43 % respondentů dle svého vyjádření zažilo situaci, kdy osobně pocítili, že jsou ovlivněni informacemi z médií. 52 % takovou situaci podle vlastního vyjádření nezažilo a 5 % si pak nedovedlo vzpomenout. Otázkou samozřejmě zůstává, zda těchto 52 % skutečně takovou situaci nezažilo, či si ji pouze nedovedlo v rámci rozhovoru vybavit, nebo nebylo schopno u takové situace rozeznat, že se jedná o mediální vliv. Zde se objevilo několik typů odpovědí. V první skupině se respondenti spíše řídí mediálními informacemi (a nebo jsou ochotni si to přiznat) a ve větší míře pocítili vliv médií. Naopak ti, kteří při utváření vlastního názoru mediální vliv odmítají, jej i méně pocítují. Kromě toho se také objevili respondenti, kteří se sice při utváření názoru informacemi z médií neřídí, avšak mediální vliv ve svém životě cítí.

V čem respondenti mediální vliv pocítovali? 20 % nebylo schopno přesně určit oblast působení médií. U těch, kteří to dokázali, se nejvíce jednalo o vnitřní a vnější politiku a volby (celkem 21 %), finance (10 %) a sociálně patologické jevy (10 %). Rodina či partnerství se zde projevila v okruzích *partnerské problémy, děti, rodina, školné, ...* a tvořila 4,6 %.

78 % respondentů vyjádřilo přesvědčení, že média mohou obecně ovlivňovat názory lidí. U 53 % je toto přesvědčení velmi silné. Ti, kteří se dle svého vyjádření při utváření názoru řídí také informacemi z médií, byli v tomto názoru o něco více utvrzeni, než ostatní skupiny respondentů. Ti, kteří více sledují média, však nejsou v žádném ohledu těmi, kteří by také byli více přesvědčeni o jejich vlivu na formování názorů, ani těmi, kteří tento vliv více pocítují. Nejednalo se ani o ty respondenty, kteří by ve svém životě častěji zažili situaci, kdy pocítili mediální vliv. Lze tak předpokládat, že skupina, která hovořila o vlivu médií na svůj život a byla ochotna tento vliv přiznat, je specifickou skupinou, již by bylo možné přiznat větší míru sebekritičnosti, schopnosti sebeanalýzy a nezávislého pohledu na vlastní postoje a chování. Nelze však přitom tuto skupinu charakterizovat ani jako spíše mužskou či ženskou – vliv pohlaví na názory o vlivu médií a jejich reflexi se neprojevil.

V rámci semistrukturovaného rozhovoru se ukázalo, že vliv médií je pro respondenty poměrně obtížně postižitelný. Dotazovaní se často domnívali, že média mají moc ovlivňovat názory a postoje lidí, avšak při dalším dotazování se nedokázali vyjádřit přesněji. U rodiny či vlivu médií na vlastní rodinné chování většina z nich nebyla schopna přesně definovat, jaký vliv a na co konkrétně by mohla média mít. „Jde o to, jak se kdo identifikuje. Někdo vidí například rodinu v seriálu nebo reklamě a líbí se mu to, jinému ne.“ (Kateřina) Často bylo zmiňováno působení masových komunikačních prostředků na hodnotové orientace a přístupy k rodině. „Na to média mají vliv – přibývá věcí na jedno použití ... i ti partneři jsou na jedno použití. Souvisí to s takovým tím konzumem.“ (Štěpánka) „V médiích a ve společenském prostředí jsou prezentovány jiné hodnoty a mládež, když ještě není vyzrálá, jim v uvozovkách naletí.“ (Martin)

Někteří poukazovali na to, že se v médiích objevuje především model manželské rodiny s dětmi a opomíjeny zůstávají jiné formy rodinných uskupení. To souviselo především s nabídkou vzorců chování prostřednictvím médií.

Vliv médií byl též spatřován v působení na společenské klima. Ve vyjádřeních dotazovaných šlo většinou o atmosféru, která obklopuje rozhodování o rodičovství a partnerském svazku. „Řekla bych, že člověku jakoby vnucují ‚budeš mít víc dětí – budeš se mít špatně‘. Myslím si, že to tak není, jde se na to připravit a není to tak, že by rodina nepřežila více dětí. Vždycky mi vadí, když dělají rozhovory s lidmi na ulici, zastaví mladé holky a ptají se:

„Dovolíte si mít rodinu? Kolik budete mít dětí?“ a ony: „Ne, jen jedno dítě. Nemůžeme si to finančně dovolit.“. Když se to lidem stále opakuje, asi se opravdu utvrdí v tom, že je to tak. Média jim to přímo vnucují.“ (Martina)

Někteří respondenti též uváděli selekci informací při jejich distribuci. „Myslím, že lidé to vnímají pouze z novin, z informací, které mají po ruce, jinak se o to nezajímají ... o závažnější problémy. Když to není v novinách, tak to lidé nechťejí vědět. (Pavel) Respondenti se též často domnívali, že lidé s vyšším vzděláním nemohou být v obecné rovině, ale i v otázkách postojů k rodině, tolik ovlivnění médií jako jedinci s nižším vzděláním. „Záleží na vzdělání, myslím si, že skupiny s nižší úrovní vzdělání se nechají snáze ovlivnit, protože jejich rozhled je mnohem menší.“ (Matěj)

Respondenti však vnímali rodinné chování a postoje k rodině a partnerství do značné míry jako sféru, která vlivu médií podléhá méně než oblasti jiné. Významně do ní totiž podle nich vstupují zkušenosti osobní zkušenosti a poznatky z nejbližšího sociálního prostředí, jež mohou být předávány především prostřednictvím interpersonální komunikace. Zdůrazňovali přitom emotivitu, již přinášejí právě mezilidské vztahy a zkušenosti, oproti neosobní mediální realitě. „Řekl bych, že na společnost média vliv mají, ale jestli v otázce rodiny, to nedovedu posoudit. Myslím, že média ovlivňují objektivní realitu, veřejné mínění, ale těžko změní emoce, subjektivní pocity. Každý má svou rodinu, takže to vidí. Média, co se týče rodiny, moc změnit nemohou. Jiné názory ano, ale ohledně rodiny má člověk tolik subjektivních a emotivních pocitů a zkušeností, že ne.“ (Tomáš)

Uvědomované mediální působení tedy bylo pro dotazované poměrně těžko uchopitelnou částí rozhovoru a verbalizace právě těchto otázek byla pro ně nesnadným úkolem. Do značné míry sledovali mediální vliv především v působení na populační klima a celkovou společenskou atmosféru. Kromě toho bylo zřetelně pocíťováno zkreslení, jež mediální zpracování rodinné tematiky může obsahovat, a z něj vyplývající utváření nereálných představ o skutečnosti, které mohou mít vliv na rozhodování o založení rodiny.

Závěry

Z hlediska studovaného mediálního obsahu je třeba konstatovat, že problematika rodiny a reprodukce po celé sledované období nebyla stěžejním tématem mediálních sdělení a postupně hledala svoje místo ve zpravodajských informacích. Zdá se tak, jako by v obsahu českého denního tisku vystupovala ze sféry soukromé do sféry veřejné, v níž se stává tématem k celospolečenské diskusi.

Ve zpravodajském bloku sledovaném prostřednictvím denního tisku bylo možné sledovat jistý sklon ke konzervativnímu pojetí rodiny a reprodukce, i když podávanému různými názory, přístupy a úhly pohledu. Rodina a partnerský svazek byl vnímán především z pozice manželského soužití s dětmi. Alternativní či marginální typy rodinných a partnerských soužití byly zmiňovány pouze okrajově.¹⁶

¹⁶ Na rozdíl od jiných částí zpravodajství, v nichž je okrajové a marginální často zobrazováno a medializováno s poměrně vyšší frekvencí, než témata či obsahy, které by bylo možné charakterizovat jako „normální“ či „modální“.

Důraz byl kladen na analýzu příčin a důsledků současného stavu populačního vývoje, především v souvislosti s poklesem porodnosti a úlohou státu (respektive vlády) v jeho řešení. Diskuse odrážela názorovou pluralitu jak z hlediska odborného, tak politického zaměření. Proces difuze prostřednictvím tisku probíhal především ve směru legitimizace nových hodnot a postojů ve vztahu k rodině, reprodukci, ale i k životním perspektivám a rozhodnutím obecně, jednalo se zde spíše o šíření nových idejí, postojů a hodnot, než konkrétních druhů inovativního chování.

Z perspektivy hypotézy nastolování témat lze charakterizovat okruhy, v jejichž rámci byly rodina a reprodukce zpracovávány. Šlo především o souvislosti s ekonomikou a financemi, hodnotami, postoji a názory (byl obsažen také mediální vliv) a politiky (populační a sociální).

Z hlediska celkového přístupu ke zpracovávaným tématům však byla shledána poměrně zřetelná různorodost názorů a stanovisek. Lze též konstatovat, že přes výskyt emotivního a ideologického zabarvení řady článků, deniky celkově žádné systematické ideologické pohledy na rodinu a reprodukci nevytvářely. Prostor byl ponechán především aktivitě příjemce sdělení, jeho schopnosti získat informace z více zdrojů a učinit si svůj názor. Denní tisk tak nabízel různé souvislosti a koncepty, jež mohly být dále zpracovávány v procesu interpersonální komunikace a sociální nápodoby.

Z šetření mezi mladými lidmi vyplynulo, že tematika rodiny a reprodukce v mediálním obsahu je takového charakteru, že je třeba jí svým způsobem věnovat zvláštní pozornost, nebo ji dokonce v mediálním obsahu vyhledávat, že má svůj specifický okruh příjemců a její dopad se zřejmě do značné míry omezuje právě na ně. I přes poměrně malou pozornost, kterou věnoval denní tisk problematice rodiny, se ukázalo, že právě studovaná část populace byla na tyto informace poměrně vnímavá. Denní tisk se pro ni dokonce ukázal být nejsilnějším zdrojem informací s rodinnou tematikou. Uvědomovaný vliv mediálních sdělení na mladé příjemce se pak do značné míry orientoval na populační klima a celkovou společenskou atmosféru. Mladá generace přiznávala médiím možnost značného vlivu na postoje a chování jedinců, i když byla přesvědčena o tom, že v rodině a partnerství tento vliv zůstává ve stínu osobních zkušeností a poznatků z orientační rodiny, případně interpersonální komunikace.

Přestože pouhá analýza mediálního obsahu neumožňuje činit jakékoliv závěry o jeho možném dopadu na příjemce vzhledem k množství existujících proměnných ve vztahu mediální obsah-příjemce, odvažují se nastínit několik možných cest, jimiž mohl analyzovaný mediální obsah na příjemce působit, a tím se spolupodílet na změnách postojů a chování české populace v oblasti rodiny a reprodukce.

Významnou úlohu působení mediálního obsahu lze spatřovat v nastolování témat, jež se objevovala v souvislosti s rodinnou a reprodukční tematikou. Tato pozornost směřovala v denním tisku spíše k tématům klasickým a konvenčním. Toto konzervativní směřování se svým způsobem objevovalo i ve sféře veřejného mínění (srovnej Fialová 2000, Kuchařová 2003). Mediální obsah mohl působit zejména ve sféře diskuse o tradiční podobě rodiny a inovaci životního cyklu mladé generace vzhledem k rodičovskému startu.

Některé druhy informací prezentované denním tiskem v článcích o rodině, jež bylo možné chápat jako stereotypní (například mít děti je otázkou financí), mohly významně

působit na veřejné mínění a stávat se součástí myšlenkových schémat české populace. Častým mediálním opakováním takových spojení mohly být uváděné pojmy a souvislosti nakonec spatřovány při konkrétních životních rozhodnutích mladých lidí jako stěžejní.

Mediální konstrukce demografické reality (a pochopitelně nejen té) se mohla významně promítat v hodnocení. Na základě mediálních sdělení totiž mladá generace hodnotí to, jak příznivá je situace pro zakládání rodiny, jak je oceňováno založení rodiny, případně jeho odkládání. Tak mohly tyto výroky ovlivňovat populační klima a atmosféru, v níž rozhodování o zakládání rodiny probíhá. Protože právě v analyzovaném mediálním obsahu bylo obsaženo relativně velké množství odkazů na to, jak obtížnou situaci mají v dnešní společnosti mladé rodiny, mohla touto cestou média působit jako faktor stimulující proměny demografického chování české populace.

Literatura

- BLUMLER, Jay. G. ; GUREVITCH, Michael. Media Change and Social Change. In *Mass Media and Society*. Arnold, 1996. s. 120–140.
- BONGAARTS, John ; WATKINS, Susan Cotts. Social Interactions and Contemporary Fertility Transitions. In *Population and Development Review*, 1996, č. 4, s. 639–682. ISSN 0098-7921.
- CASAS, Michael ; DIXON, Travis L. The Role of Interactive Media in Children's Cognitive Development. In VALDIVIA, Angharad N. *A Companion to Media Studies*. 1. vyd. Blackwell Publishing, 2003, kap. 23, s. 180–492. ISBN 97-8063-12260-17.
- CASTERLINE, John B. Diffusion Processes and Fertility Transition: Introduction. In *Diffusion Processes and Fertility Transition*. Washington : National Academy Press, 2001, s. 1–38. ISBN 0-309-07610-2.
- CLELAND, John. Potatoes and Pills : An Overview of Innovation-Diffusion Contributions to Explanations of Fertility Decline. In *Diffusion Processes and Fertility Transition*. Washington : National Academy Press, 2001, s. 39–65. ISBN 0-309-07610-2.
- CROTEAU, David ; HOYNES, William. *Media Society*. New York : Pine Forge Press, 2002. 409 s. ISBN 0-761-98773-8.
- ČERMÁKOVÁ, Marie. *Rodina a mění se gender role – sociální analýza české rodiny*. Praha : Sociologický ústav AV ČR, 1997. 76 s. ISBN 80-85950-42-1.
- ESTER, Peter ; HALMAN, Loek ; DE MOOR, Ruud (eds.). *The Individualizing Society. Value Change in Europe and North America*. Tilburg : Tilburg University Press, 1993. 311 s. ISBN 9-036-19833X.
- FARIA, Vilmar E. ; POTTER, Joseph E. Television, Telenovelas, and Fertility Change in North-East Brazil. In *Dynamics of Values in Fertility Change*. Oxford : Clarendon Press, 1999. 394 s. ISBN 0198294395.
- FIALOVÁ, Ludmila ; KUČERA, Milan. Názory na ideální počet dětí ve vybraných evropských zemích. *Demografie*, 1997, č.1, s. 1–12. ISSN 0011-8265.
- FIALOVÁ, Ludmila [et al.]. *Představy mladých lidí o manželství a rodičovství*. 2000, Praha : Sociologické nakladatelství. 163 s. ISBN 80-85850-87-7.

- FOX, Greer L. Families in the Media: Reflections on the Public Scrutiny of Private Behavior. In *Journal of Marriage and the Family*, 1999, č. 4, s. 821–830. ISSN 0022-2445.
- GERAGHY, Christine. Representation and Popular Culture. In CURRAN, J., GUREVITCH, M. *Mass Media and Society*. Arnold, 1996, s. 265–279. ISBN 0340732016.
- HAMPLOVÁ, Dana. Preferované partnerské uspořádání: sociodemografické a hodnotové rozdíly. In *Demografie*, 2003, č. 3, s. 166–176. ISSN 1801-2914.
- HAMPLOVÁ, Dana ; RYCHTAŘIKOVÁ, Jitka ; PIKÁLKOVÁ, Simona. *České ženy: Vzdělání, partnerství, reprodukce a rodina*. 1. vyd. Praha : Sociologický ústav Akademie věd ČR, 2003. 110 s. ISBN 80-7330-040-0.
- HANSEN, Anders ; COTTLE, Simon ; NEGRINE, Ralph [et al.]. *Mass Communication Research Methods*, New York : Palgrave, 1998. 360 s. ISBN 033361710X.
- HORNIK, Robert ; MCANANY, Emile. Mass Media and Fertility Change. In CASTERLINE, J. B. *Diffusion Processes and Fertility Transition*. Washington: National Academy Press, s. 208–239. 2001. ISBN 0-309-07610-2.
- INGLEHART, Ronald. *Modernization and Postmodernization. Cultural, Economic, and Political Change in 43 Societies*. New Jersey : Princeton University Press, 1997. 440 s. ISBN 069101180X.
- IVVM. *Názory na působení a vliv médií. Zpráva z výzkumu*. Praha: IVVM, 1998.
- JIRÁK, Jan ; KÖPPLOVÁ, Barbara. *Média a společnost*. 2. vyd. Praha : Portál, 2003. 207 s. ISBN 80-7367-287-1.
- KANTOROVÁ, Vladimíra. *Family Life Transitions of Young Czech Women in a Changing Society. First Union Formation and Birth of First Child in the Czech Republic, 1970–1997*. Praha : Přírodovědecká fakulta UK, 2004.
- KANTOROVÁ, Vladimíra ; STAŠOVÁ, Leona. Reproductive Behaviour of Czech Woman: Generations in Transition. In *Revue Baltique*, 1999, [roč. 10], s. 169–181. ISSN 1392-141X.
- KNIGHT, Rodney. The Diffusion of Information and Adoption of Contraception in Costa Rica. In PEBLEY, A. R., ROSERO-BIXBY, L. (eds.). *Demographic Diversity and Change in the Central American Isthmus*, Santa Monica : RAND, 1997, s. 455–495. ISBN 0-8330-2551-1.
- KUCHAŘOVÁ, Věra ; TUČEK, Milan. *Sociálně ekonomické souvislosti rodinného chování mladé generace v České republice*. Praha : Národohospodářský ústav Josefa Hlávky, 1999. 89 s.
- KUCHAŘOVÁ, Věra. Některé obsahové změny postojů k manželství a rodičovství. In MAREŠ, P., POTOČNÝ, T. (eds.). *Modernizace a česká rodina*. 1. vyd. Brno : Barrister&Principal, 2003, s. 189–203. ISBN 80-86598-61-6.
- KUCHAŘOVÁ, Věra. Rodinná politika v ČR – proč a o čem. In *Demografie*, 2006, č. 4, s. 229–240. ISSN 0011-8265.
- LESTHAEGHE, Ronny ; SURKYN, Johan. Cultural Dynamics and Economic Theories of Fertility Change. In *Population and Development Review*, 1988, roč. 14, s. 18–41. ISSN 0098-7921.
- LESTHAEGHE, Ronny. The Second Demographic Transition in Western Countries: An Interpretation. In OPPENHEIM MASON, K., JENSEN, A.M. (eds.). *Gender and*

- Family Change in Industrialized Countries*. Oxford : Clarendon Press, 1995, s. 17–62. ISBN 0198289707.
- LESTHAEGHE, Ronny ; VANDERHOEFT, Camille. Ready, Willing, and Able: A Conceptualization of Transitions to New Behavioral Forms. In CASTERLINE, J. B. *Diffusion Processes and Fertility Transition*. Washington : National Academy Press, 2001, s. 240–264. ISBN 0-309-07610-2.
- LHOTSKÁ, Věra. *Adaptace vybraných rodinných typů na změněné ekonomické podmínky*. 1. vyd. Praha : VÚPSV, 1995. 24 s.
- LISTHAUG, Ola. Monitoring Long Term Cultural and Social Change in Europe. In *Sociale wetenschappen*, 1995, roč. 38, s. 109–119. ISSN 0037-8097.
- LIVINGSTONE, Sonia. On the Continuing Problem of Media Effects. In CURRAN, J., GUREVITCH, M. *Mass Media and Society*. Arnold, 1996, s. 305–324. ISBN 0340732016.
- LUSCHER, Kurt. Postmodern Societies – Postmodern families? In MATTHIJS, K. (eds.). *The Family. Contemporary Perspectives and Challenges*. Leuven : Leuven University Press, 1998, s. 187–195. ISBN 978-90-6186-926-9.
- MAREŠ, Petr. Hodnota dítěte. In PLAŇAVA, I., PILÁT, M. *Děti, mládež a rodiny v období transformace*. Brno : Barrister& Principal. S., 2002, s. 159–175. ISBN 80-86598-36-5.
- MAŠKOVÁ, Miroslava ; STAŠOVÁ, Leona. Population Development in the Czech Republic in the 1990s. In *New Demographic Faces of Europe*. Springer : Verlag, 2000, s. 79–102. ISBN 80-86284-34-4.
- MCLUHAN, Marshall. *Jak rozumět médiím*. 1. vyd. Praha : Odeon, 1991. 348 s. ISBN 80-2070-296-2.
- MITA, Rezina ; SIMMONS, Ruth. Diffusion of the Culture of Contraception: Program Effects on Young Woman in Rural Bangladesh. In *Studies in Family Planning*, 1995, roč. 26, č. 1, s. 1–12. ISSN 0039-3665.
- MONTGOMERY, Mark R. ; CASTERLINE, John B. The Diffusion of Fertility Control in Taiwan: Evidence from Pooled Cross-Section, Time-Series Models. In *Population Studies*, 1993, roč. 47, č. 3, s. 457–479. ISSN 0032-4728.
- MONTGOMERY, Mark R. ; CASTERLINE, John B. Social Learning, Social Influence, and New Models of Fertility. In *Population and Development Review*, 1996, roč. 22, s. 151–175. ISSN 0098-7921.
- OATES-INDRUCHOVÁ, Libora. Gender v médiích. Nástin širě problematiky. In *Společnost žen a mužů z aspektů gender*. Praha : OSF, 1999. 171 s.
- OSVALDOVÁ, Barbora. *Česká média a feminismus*. 1. vyd. Praha : Sociologické nakladatelství, Libri, 2004, 158 s. ISBN 8072772635 (Libri) ISBN 8086429318 (Slon).
- PALONCYOVÁ, Jana. *Změny české rodiny: mladá generace a demografický vývoj*. Praha : Výzkumný ústav práce a sociálních věcí, 2002. 49 s.
- PALLONI, Alberto. Diffusion in Sociological Analysis. In CASTERLINE, J. B. *Diffusion Processes and Fertility Transition*. Washington : National Academy Press, 2001, s. 66–114. ISBN 0-309-07610-2.
- PAVLÍK, Zdeněk ; RYCHTAŘIKOVÁ, Jitka ; ŠUBRTOVÁ, Alena. *Základy demografie*. 1. vyd. Praha : Academia, 1986. 732 s.

- PIKÁLKOVÁ, Simona. Reprodukční chování a postoje orientace žen v závislosti na vzdělání. In *Demografie*, 2003, roč. 45, č. 1, s. 11–22. ISSN 0011-8265.
- RABUŠIC, Ladislav. *Kde ty všechny děti jsou?* 1. vyd. Praha : Sociologické nakladatelství, 2001. 265 s. ISBN 80-8642-901-6.
- RABUŠIC, Ladislav. K některým předpokladům formulace pronatalitní politiky. In *Demografie*, 2002, roč. 44, č. 3, s. 177–187. ISSN 0011-8265.
- RABUŠIC, Ladislav. Několik poznámek k české rodinné politice. In *Demografie*, 2007, roč. 49, č. 4, s. 262–272. ISSN 0011-8265.
- RYCHTAŘÍKOVÁ, Jitka. L'analyse de la presse tchèque sur les questions traitées au cours de la Conférence Mondiale du Caire. In *L'information démographique et la presse Européenne: la Conférence du Caire 1994*. The Hague : NIDI, 1995, s. 55–64.
- RYCHTAŘÍKOVÁ, Jitka ; PIKÁLKOVÁ, Simona ; HAMPLOVÁ, Dana. *Diferenciace reprodukčního a rodinného chování v evropských populacích*. 1. vyd. Praha : Sociologický ústav AVČR, 2001. 83 s. ISBN 80-7330-004-4.
- SOBOTKA, Tomáš. Změny v časování mateřství a pokles plodnosti v české republice v 90. letech. In *Demografie*, 2003, roč. 45, č. 2, s. 77–87. ISSN 0011-8265.
- STAŠOVÁ, Leona. *Vývoj reprodukčního chování a postojů k zakládání rodiny v České republice v 90. letech 20. století v kontextu působení masových médií*. Praha : Přírodovědecká fakulta UK, 2005.
- STEM – MARK. *Media projekt 99*. Zpráva z výzkumu. 2000. *The Impact of Values*. New York : Oxford University Press, 1995.
- VAN DE KAA, Dirk J. Europe's Second Demographic Transition. In *Population Bulletin*, 1987, roč. 42, s. 1–57. ISSN 0032-468X.
- WESTOFF, Charles ; BANKOLE, Akinrinola. Mass Media and Reproductive Behavior in Africa. In *Demographic and Health Surveys Analytical Report*, 1997, č. 2, 39 s.
- WESTOFF, Charles. Mass Communications and Fertility. In LEETE, R. (eds.). *Dynamics of Values in Fertility Change*. Oxford : Clarendon Press, 1999, s. 237–251. ISBN 0198294395.

Internetové zdroje

- Databáze článků z českých novin a časopisů ANL Národní knihovny v Praze*. 2000. [cit. 14.1. 2005]. Dostupné na [www: <http://sigma.nkp.cz/F/?fenc=file&nanc=find_a&local_base=anl >](http://sigma.nkp.cz/F/?fenc=file&nanc=find_a&local_base=anl).
- LESTHAEGHE, Ron ; NEIDERT, Lisa ; SURKYN, Johan. *Household Formation and the "Second Demographic Transition" in Europe and the US: insights from Middle Range Models*. 2007. [cit. 7.1.2008]. Dostupné na [www: <http://sdt.psc.isr.umich.edu/pubs/online/rl_romantic_unions_paper.pdf>](http://sdt.psc.isr.umich.edu/pubs/online/rl_romantic_unions_paper.pdf).
- MAYRING, Philipp. Qualitative Content Analysis. *Forum Qualitative Sozialforschung* /. [online]. 2000, roč. 2, č. 1 [cit. 2005-12-5]. Dostupné na [www: <http://www.qualitative-research.net/fqs-texte/2-00/2-00mayring-e.htm>](http://www.qualitative-research.net/fqs-texte/2-00/2-00mayring-e.htm) ISSN 1438-5627.
- Sledování zpravodajství v médiích*. 2004. Centrum pro výzkum veřejného mínění. [cit. 11.8.2005]. Dostupné na [www: <http://www.cvvm.cas.cz/index.php?lang=0&disp=zpravy&r=1&shw=100381>](http://www.cvvm.cas.cz/index.php?lang=0&disp=zpravy&r=1&shw=100381).

WANDER, Jager ; JANSSEN, Marco A.. *Diffusion Processes in Demographic Transitions: a Prospect on Using Multi Agent Simulation to Explore the Role of Cognitive Strategies and Social Interactions*. 2001. [cit. 5.1.2008]. Dostupné na www: <<http://som.eldoc.ub.rug.nl/FILES/reports/themeB/2001/01B40/01B40.pdf>>.

Autorka

Leona Stašová je absolventkou oboru sociologie na FF UK a demografie na PřF UK, od roku 1997 pracuje jako odborná asistentka na Univerzitě v Hradci Králové. Soustřeďuje se na problematiku demografie, sociologie rodiny a sociologie dětí a mládeže. Byla spoluřešitelkou výzkumného záměru CEZ J20/98: 184400003 „Sociální analýza mládeže ve východočeském regionu“.

Kontakt: leona.stasova@uhk.cz