

Mediácia ako efektívna metóda sociálnej práce pri riešení konfliktov v Trnavskom kraji

Mediation as an Effective Method of Social Work in Conflict Resolution in the Trnava Region

Gabriela Macankova

Vysoká škola zdravotníctva a sociálnej práce sv. Alžbety Bratislava. Ústav Dr. Pavla Blahu Skalica.
Katedra sociálnej práce Jána Havlíka

Recenzent/Review: PhDr. Ernest Kováč

Submitted/Odoslané: 02. 10. 2021

Accepted/Prijaté: 17. 09. 2021

Abstrakt:

MACÁNKOVÁ, Gabriela: Mediácia ako efektívna metóda sociálnej práce pri riešení konfliktov v Trnavskom kraji. [Bakalárska práca]/ Gabriela Macánková – Vysoká škola zdravotníctva a sociálnej práce sv. Alžbety Bratislava. Ústav Dr. Pavla Blahu Skalica. – Školiteľ: PhDr. Ernest Kováč. Stupeň odbornej kvalifikácie: Bakalár. – Skalica: Katedra sociálnej práce Jána Havlíka, 2021. 47 s.

Cieľom predkladanej bakalárskej práce je definovanie mediácie ako metódy sociálnej práce a praktické overenie informovanosti verejnosti v Trnavskom kraji o mediácii a jej aspektoch. Práca pojednáva o teoretických východiskách konfliktu, popisuje vznik a fázy konfliktu, typológiu konfliktov a spôsoby riešenia konfliktu. Definuje tiež mediáciu ako

metódu sociálnej práce, jej princípy a ciele a jej legislatívne vymedzenie. Zameriava sa tiež na mediačný proces a oblasti mediácie, ktoré sú vhodné na mediačné riešenie. V závere sa práca zameriava na mediáciu v sociálnej práci. Cieľom výskumu je zistiť skúsenosti a informovanosť verejnosti v Trnavskom kraji o mediácii, ako o spôsobe riešenia konfliktov a identifikácia najčastejšie využívaných oblastí konfliktov riešených prostredníctvom mediácie. Hlavnou výskumnou metódou je dotazník a analýzy výsledkov výskumu. Výskumný súbor je tvorený verejnosťou v Trnavskom kraji. Z výsledkov vyplýva, že verejnosť v Trnavskom kraji nie je dostatočne informovaná o mediácii ako takej, o oblastiach konfliktov, ktoré je možné mediáciou riešiť a nemajú taktiež ani záujem o riešenie

konfliktov pomocou mediácie a nemajú s touto metódou ani skúsenosti. Informovanosť o mediácii je potrebné riešiť a zlepšiť.

Kľúčové slová: Informovanosť. Konflikt. Mediácia. Oblasti mediácie.

Abstract:

MACÁNKOVÁ, Gabriela: Mediation as an Effective Method of Social Work in Conflict Resolution in the Trnava Region. [Bachelor thesis] / Gabriela Macánková - University of Health and Social Work St. Alžbety Bratislava. College of Dr. Pavla Blahu Skalica. - Supervisor: PhDr. Ernest Kováč. Degree of professional qualification: Bachelor. - Skalica: Department of Social Work of Ján Havlík, 2021. 47 p.

The aim of the presented bachelor thesis is to define mediation as a method of social work and practical verification of public awareness in the Trnava region about mediation and its aspects. The work deals with the theoretical basis of the conflict, describes the origin and phases of the conflict, the typology of conflicts and ways of resolving the conflict. It also defines mediation as a method of social work, its principles and goals and its legislative definition. It also focuses on the mediation process and areas of mediation that are suitable for mediation solutions. Finally, the work focuses on mediation in social work. The

aim of the research is to find out the experience and public awareness in the Trnava region about mediation, how to resolve conflicts and to identify the most frequently used areas of conflict resolved through mediation. The main research method is a questionnaire and analysis of research results. The research group consists of the public in the Trnava region. The results show that the public in the Trnava region is not sufficiently informed about mediation as such, about areas of conflict that can be resolved through mediation and are also not interested in resolving conflicts through mediation and have no experience with this method. Awareness of mediation needs to be addressed and improved.

Keywords: Awareness. Conflict. Mediation. Areas of mediation.

2 METÓDY

V nasledujúcej kapitole prinášame základné informácie o výskume, jeho cieľoch, hypotézach, výskumnom súbore a metódach, pomocou ktorých bol výskum realizovaný.

2.1 CIELE PRIESKUMU

Pre lepšie vymedzenie smerovania výskumu sme spracovali hlavný cieľ výskumu. Z neho sme následne odvodili štyri čiastkové ciele.

Hlavný cieľ výskumu

Zistiť skúsenosti a informovanosť verejnosti v Trnavskom kraji o mediácii, ako o spôsobe riešenia konfliktov a identifikácia najčastejšie využívaných oblastí konfliktov riešených prostredníctvom mediácie.

Čiastkové ciele

1. Zistiť informovanosť verejnosti v Trnavskom kraji o mediácii.
2. Zistiť skúsenosť verejnosti s mediáciou v Trnavskom kraji.
3. Zistiť informovanosť verejnosti v Trnavskom kraji o oblastiach konfliktov, ktoré je možné riešiť mediáciou.
4. Zistiť záujem verejnosti v Trnavskom kraji o riešenie konfliktov pomocou mediácie.

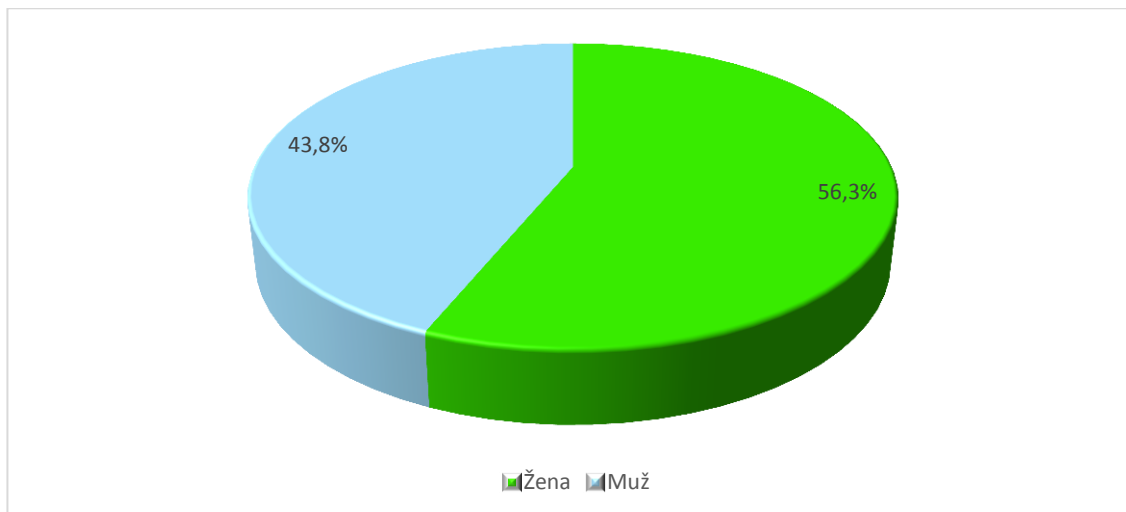
2.2 ZÁKLADNÝ A VÝBEROVÝ SÚBOR

Základný výskumný súbor bol tvorený obyvateľmi Trnavského kraja, vo veku od 18 rokov. Žiadnu ďalšiu špecifikáciu výskumného súboru sme si neurčili.

Výberový výskumný súbor bol tvorený 96 respondentmi, obyvateľmi Trnavského kraja, predovšetkým Trnavy. Išlo o 54 žien a 42 mužov vo veku od 18 do 64 rokov, s rôznym stupňom najvyššieho ukončeného vzdelania. Bližšie informácie o výskumnom súbore uvádzame v grafoch nižšie, kde sú hodnoty spracované v percentuálnych vyjadreniach pre lepšiu orientáciu vo výskumnom súbore.

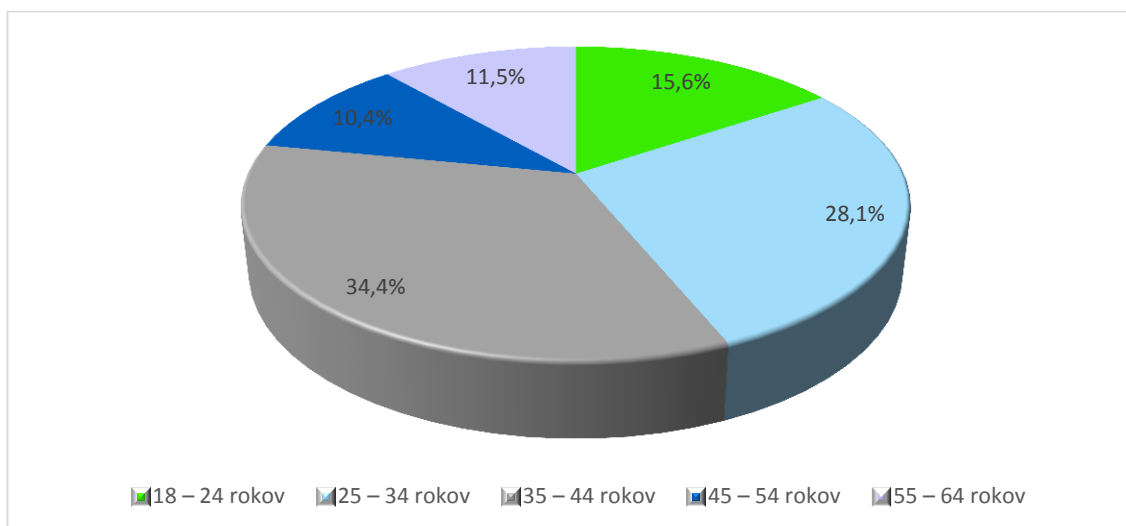
V grafe 1 môžeme vidieť rozdelenie výskumného súboru podľa pohlavia. Ženy tvorili výskumný súbor častejšie ako muži, pričom žien bolo vo výskumnom súbore 56,3 % a mužov 43,8 % respondentov.

Graf 1 Rozdelenie výskumného súbor vzhľadom na pohlavie



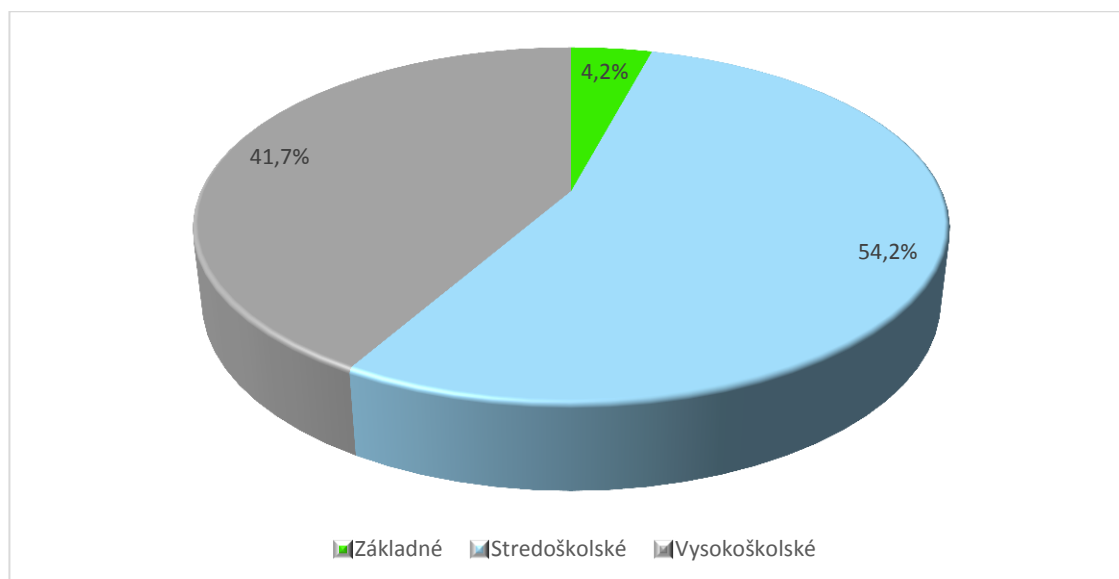
Pri rozdelení výskumného súboru podľa veku (Graf 2) sme zistili, že najviac respondentov, až 34,4 % bolo vo veku 35 – 44 rokov. Naopak najmenej respondentov, 10,4 %, bolo vo veku 45 – 54 rokov. Vo veku 18 – 24 rokov bolo 15,6 % respondentov a vek 25 – 34 rokov uvádzalo 28,1 % respondentov. Vo veku 55 – 64 rokov bolo vo výskume 11,5 % respondentov.

Graf 2 Rozdelenie výskumného súboru vzhľadom na vek



Z hľadiska vzdelania tvorilo výskumný súbor (Graf 3) 4,2 % respondentov s najvyšším ukončeným základným vzdelaním a 54,2 % respondentov s najvyšším ukončeným stredoškolským vzdelaním. 41,7 % respondentov uviedlo, že majú ukončené vysokoškolské vzdelanie.

Graf 3 Rozdelenie výskumného súboru vzhľadom na vzdelanie



2.3 PRIESKUMNÉ HYPOTÉZY

K čiastkovým cieľom, ktoré sme uviedli vyššie, sme formulovali predpoklady. Na základe toho sme vytvorili štyri hypotézy, ku každému čiastkovému cieľu jednu.

1. Respondenti budú najčastejšie udávať, že majú čiastočné informácie o mediácii.
2. Respondenti budú najčastejšie udávať, že nemajú skúsenosti s mediáciou.
3. Respondenti budú najčastejšie udávať, že nevedia o oblastiach konfliktov, ktoré je možné riešiť mediáciou.
4. Respondenti budú najčastejšie udávať, že nemajú záujem o riešenie konfliktov pomocou mediácie

2.4 MANAŽMENT VÝSKUMU

Realizácia výskumu bola zabezpečená v konkrétnych postupnostiach, ktoré nie je

možné zameniť. Manažment výskumu by sme z časového hľadiska mohli vymedziť nasledovne:

- formulácia cieľov výskumu – jún 2021,
- výber výskumného súboru – jún 2021,
- výber výskumných metód a tvorba dotazníka – júl 2021,
- realizácia výskumu v praxi – júl – august 2021,
- vyhodnotenie výsledkov výskumu – august 2021
- spracovanie výsledkov a ich analýza – september 2021,
- formulácia odporúčaní – september 2021,
- interpretácia záverov z výskumu – október 2021.

2.5 METÓDY ZBERU A ANALÝZY DÁT

Ako hlavnú výskumnú metódu sme sa rozhodli použiť dotazník. Ide o efektívnu metódu, pomocou ktorej je možné zachovať anonymitu respondentov a získať množstvo informácií. Vzhľadom na nami vytvorené ciele výskumu sme sa rozhodli taktiež dotazník spracovať sami.

Dotazník, ktorý sme vo výskume použili mal celkovo 16 položiek, pričom 14 položiek bolo uzatvorených a dve položky boli polouzatvorené (Príloha A). Uzatvorené položky boli formulované tak, že respondenti mali vopred pripravené možnosti odpovedí, z ktorých vybrali jednu, prípadne viac a označili ich podľa vlastnej preferencie. V štyroch položkách sme možnosti odpovedí formulovali prostredníctvom škály. Podstatou polouzatvorených položiek bola taktiež formulácia možností odpovedí, podobne ako v uzatvorených položkách, avšak podstata otázky neumožňovala úplne vyčerpať možnosti odpovedí. Znamená to, že respondenti síce mali možnosť vybrať si jednu z vopred pripravených možností odpovedí, avšak v prípade, že ani jedna z možností odpovedí nevyhovovala názoru alebo skúsenosti respondenta, mohol svoju odpoveď vpísať na určené miesto, k možnosti „iné“. Položky v úvode dotazníka slúžili na získanie informácií o výskumnom súbore. Išlo o tri

položky, ktoré zisťovali pohlavie, vek a vzdelanie respondentov.

Realizácia výskumu prebiehala priamo v uliciach mesta Trnava. S dotazníkom sme oslovovali respondentov priamo v uliciach mesta, pričom sme respondentom vždy vysvetlili, čo je podstatou výskumu, na čo sa zameriava a predovšetkým fakt, že ide o anonymný a dobrovoľný výskum. Celkovo sme oslovili 134 respondentov, ktorých sme požiadali o vyplnenie dotazníka priamo na mieste. Vyhovelo nám 100 respondentov, avšak štyri dotazníky sme museli z výskumu vyradiť, pretože neboli vyplnené všetky položky, prípadne v niektorých položkách označili respondenti viac ako jednu možnosť, hoci to povaha položky neumožňovala. Návratnosť dotazníkov tak bola 71,6 %. Respondenti sa mohli pýtať, v prípade, že niektorej položke nerozumeli, avšak v tomto smere sme nenarazili na žiadne problémy.

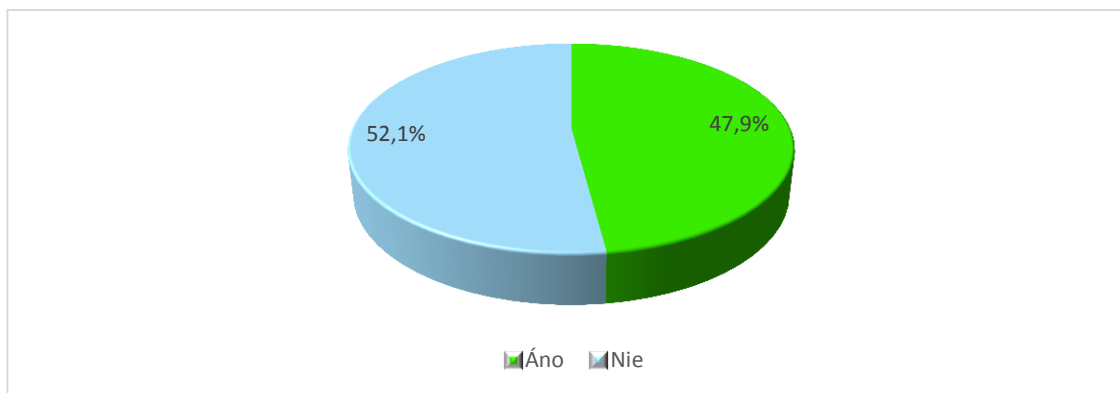
Spracovanie výsledkov výskumu sme realizovali tak, že po zozbieraní všetkých vyplnených dotazníkov sme spočítali, ako často boli označované jednotlivé možnosti odpovedí v každej položke a na základe toho sme určili najčastejšie alebo najmenej často označované položky. Takto získané výsledky sme prepočítali na percentá a zobrazili v grafoch pre lepšiu prehľadnosť.

3 VÝSLEDKY

V tretej časti práce prinášame všetky výsledky výskumu tak, ako sme ich získali v teréne. Grafy zodpovedajú položkám v dotazníku a ich následnosť je totožná s dotazníkom. Hodnoty v grafoch uvádzame v percentách, každý graf je pomenovaný a súčasne popísaný.

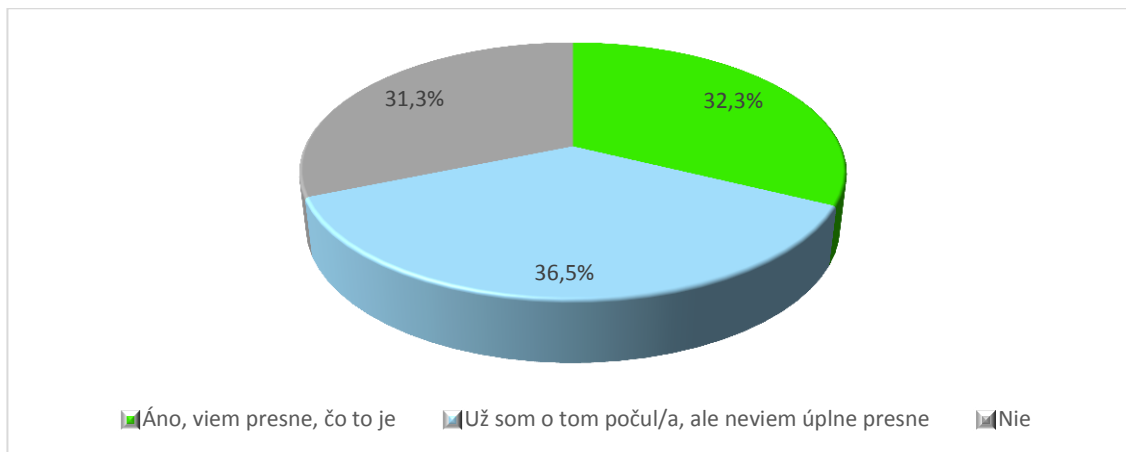
Respondentov sme sa pýtali, či už počuli o alternatívnych možnostiach riešenia konfliktov (Graf 4). Možnosť áno označovalo 47,9 % z nich, zatiaľ čo možnosť nie označovalo 52,1 % respondentov.

Graf 4 Vedomosť respondentov o alternatívnom spôsobe riešenia konfliktov



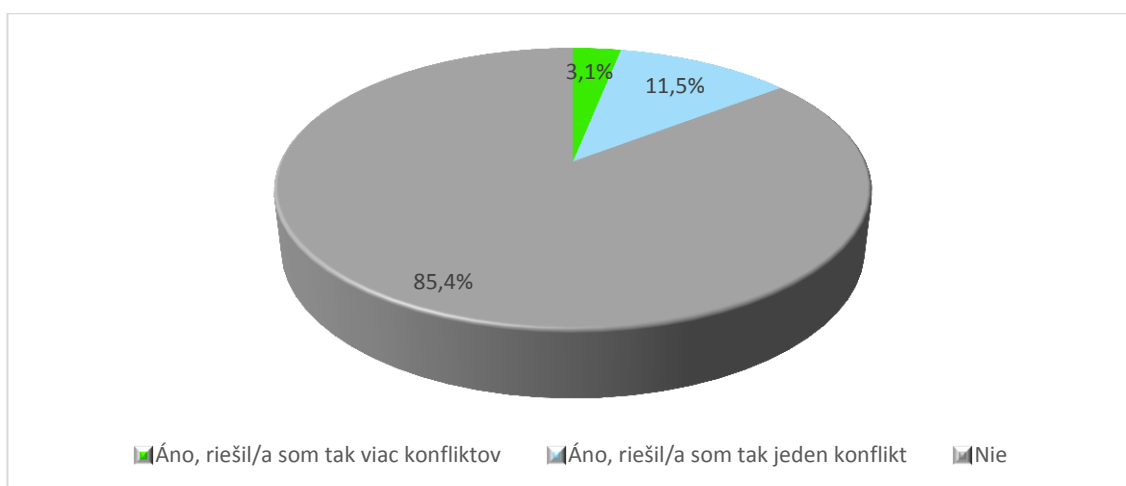
Zaujímalo nás tiež to, či respondenti vedia, čo je to mediácia (Graf 5). Možnosť áno, viem presne, čo to je, označovalo 32,3 % respondentov a možnosť nie uvádzalo 31,3 % respondentov. Respondenti najčastejšie odpovedali, že o mediácii počuli, ale presne nevedia, o čo ide. Odpovedalo tak 36,5 % z nich.

Graf 5 Vedomosť respondentov o mediácii



Po tom, ako sme respondentom vysvetlili, čo presne mediácia znamená, sme sa ich spýtali, či majú osobnú skúsenosť s riešením konfliktu pomocou mediácie. Ako je možné vidieť z grafu 6, najčastejšou odpoveďou respondentov bola možnosť nie, ktorú označovalo až 85,4 % z nich. 11,5 % respondentov odpovedalo, že takto riešili iba jeden konflikt a 3,1 % respondentov riešilo mediáciou viac konfliktov.

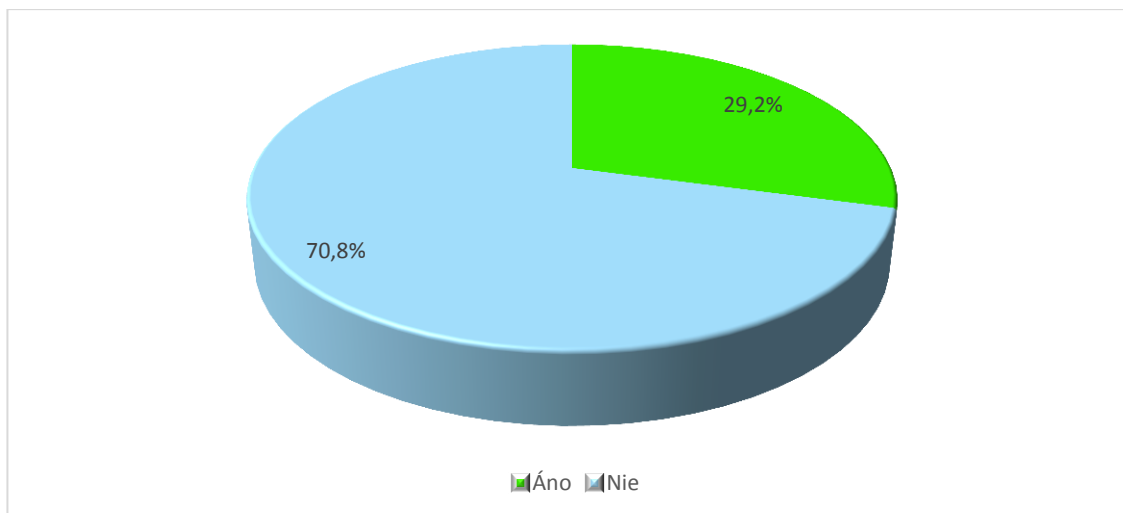
Graf 6 Osobná skúsenosť respondentov s mediáciou



Od respondentov sme chceli tiež vedieť, či poznajú niekoho vo svojom okolí, kto tiež riešil svoj konflikt prostredníctvom mediácie (Graf 7). V tomto prípade bola najčastejšie označovanou

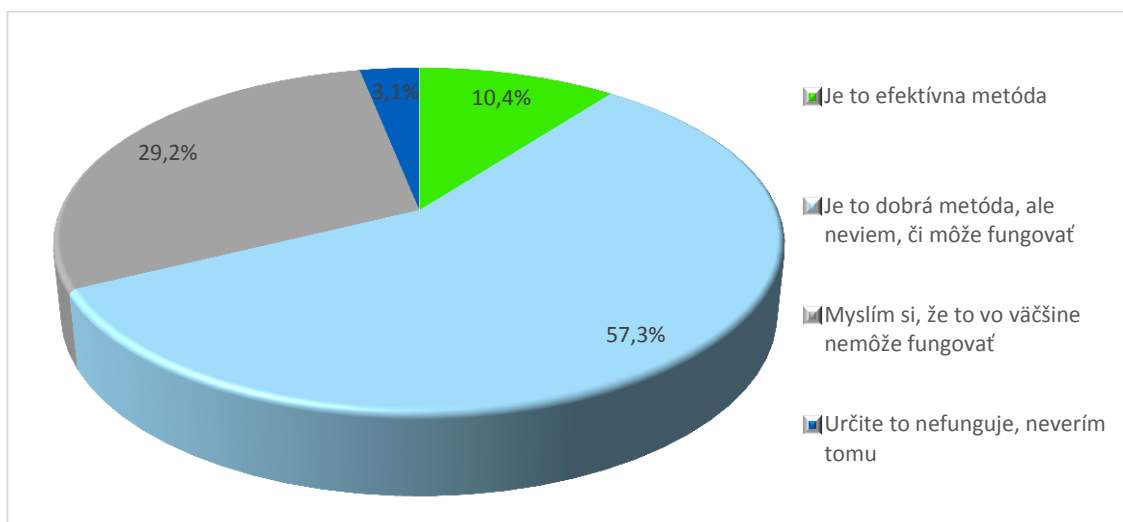
odpoveďou možnosť nie, ktorú respondenti označovali v 70,8 % prípadov. Možnosť áno označovalo iba 29,2 % z nich.

Graf 7 Vedomosť respondentov o niekom, kto riešil spor mediáciou



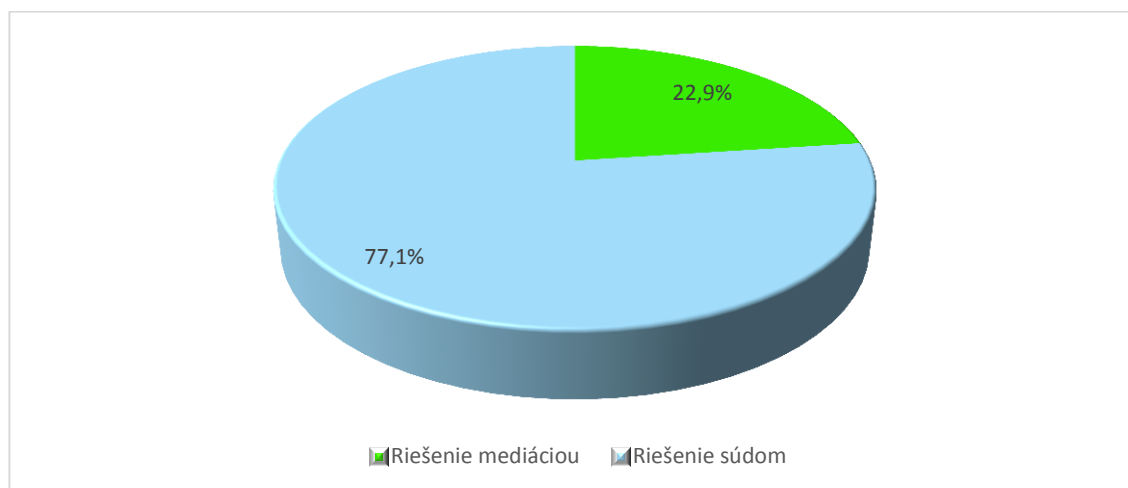
Graf 8 znázorňuje odpovede respondentov na položku, aký je ich názor na riešenie sporov pomocou mediácie. Respondenti v tomto prípade najčastejšie odpovedali, že je podľa nich dobrá metóda, ale nevedia, či môže fungovať. Odpovedalo tak 57,3 % z nich. 29,2 % respondentov ďalej uvádzalo, že mediácia nemôže fungovať vo väčšine prípadov. Iba 10,4 % respondentov odpovedalo, že je to podľa nich efektívna metóda a iba 3,1 % jej vôbec nedôverovalo.

Graf 8 Názor respondentov na riešenie sporov mediáciou



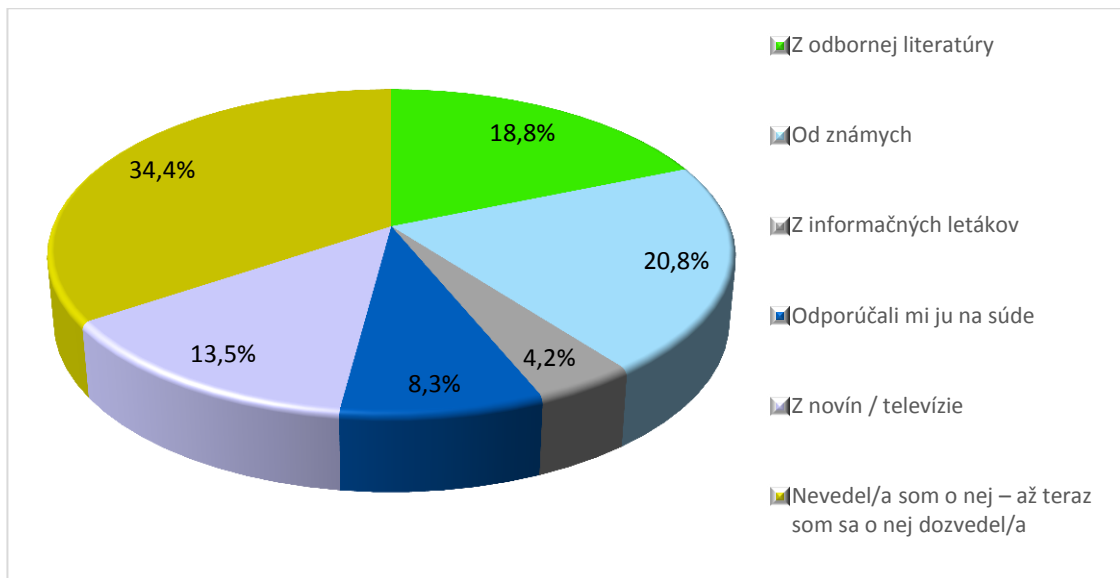
Respondentov sme sa ďalej pýtali, či ak by išli riešiť konflikt súdnou cestou a mohli by si vybrať mediáciu, čo by v praxi urobili (Graf 9). Až 77,1 % respondentov sa v tomto prípade vyjadrilo, že by si vybrali súdne riešenie. 22,9 % respondentov odpovedalo, že by svoj konflikt riešili radšej mediáciou.

Graf 9 Názor respondentov na to, akým spôsobom by riešili konflikt



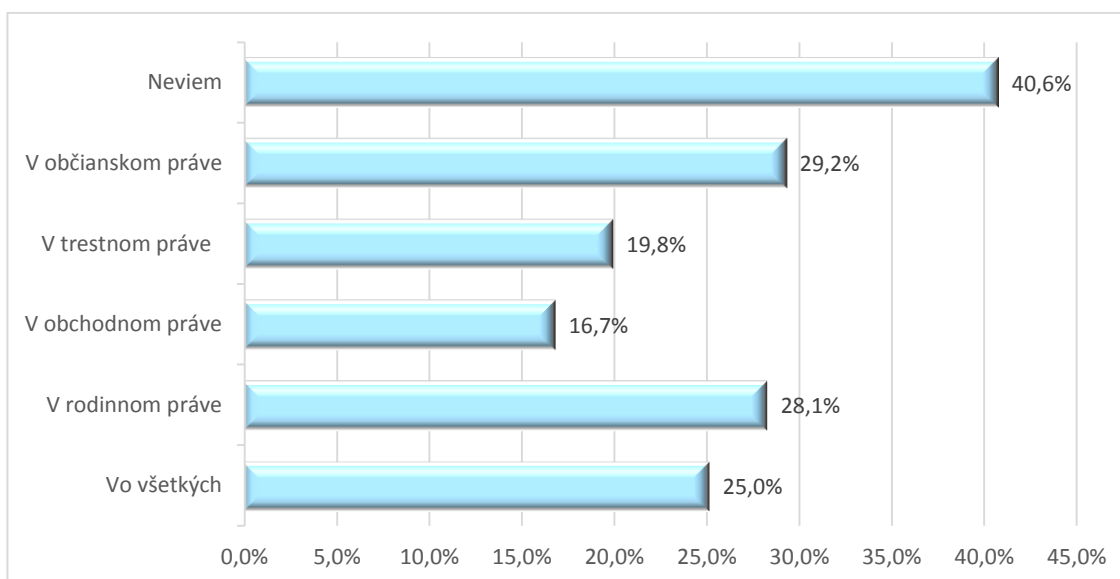
V súvislosti s mediáciou sme sa respondentov pýtali, ako sa o tejto metóde riešenia konfliktov dozvedeli (Graf 10). Najviac, a to 34,4 % respondentov odpovedalo, že sa o nej dozvedeli až teraz od nás. 18,8 % respondentov o nej vedelo z odbornej literatúry, 20,8 % od známych, 4,2 % z letákov, 8,3 % respondentov uvádzalo, že im mediáciu odporučil súd a 13,5 % respondentov sa o nej dozvedelo z televízie či novín.

Graf 10 Odpovede respondentov o tom, odkiaľ a dozvedeli o mediácii



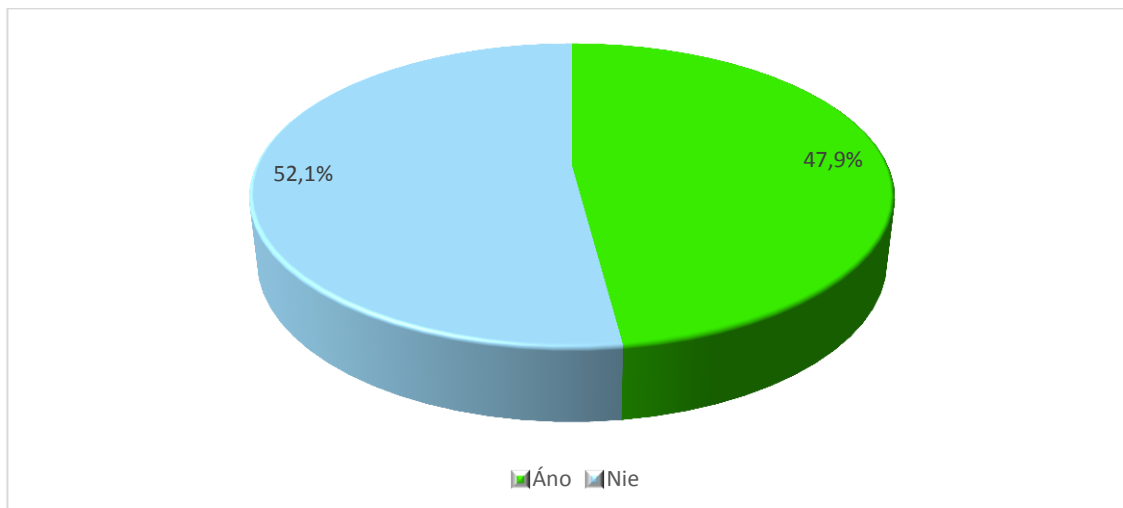
Respondenti ďalej odpovedali na položku, či vedia, v ktorých oblastiach konfliktu je možné využiť mediáciu. Najčastejšou odpoveďou respondentov (Graf 11) bola možnosť, že nevedia, čo uvádzalo 40,6 % z nich. 25 % respondentov odpovedalo, že mediáciu je možné využiť pri všetkých konfliktoch, podľa 28,1 % respondentov je možné využiť ju v rodinnom práve, 16,7 % respondentov odpovedalo, že je využiteľná v obchodnom práve, 19,8 % respondentov uvádzalo, že mediáciu je možné využiť v trestnom práve a 29,2 % odpovedalo, že v občianskom práve.

Graf 11 Vedomosť respondentov o tom, v akých oblastiach je možné využiť mediáciu



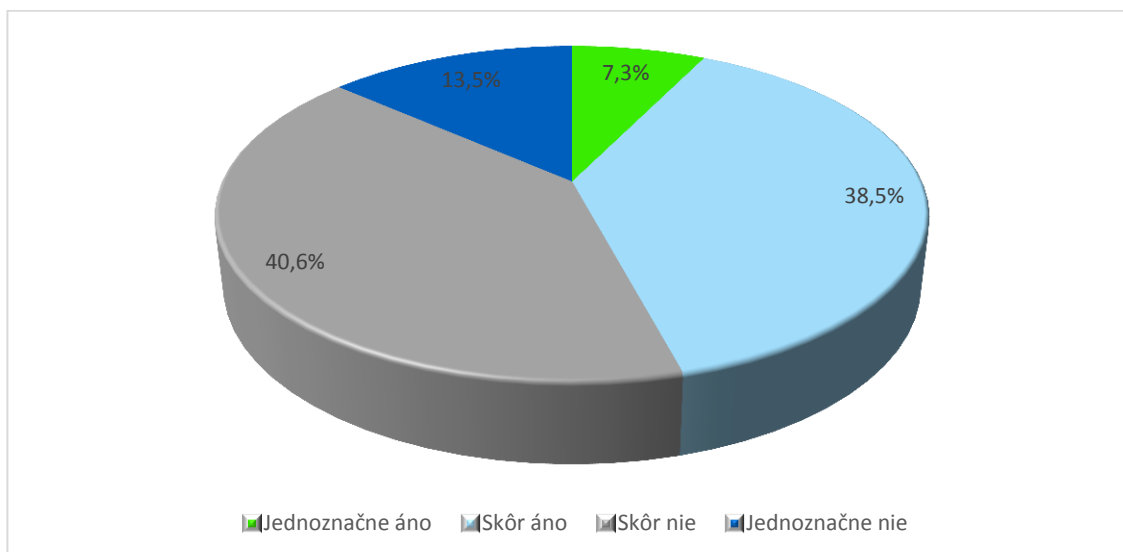
Zaujímali nás tiež názory respondentov na to, či by mal mať podľa nich mediátor právnické vzdelanie (Graf 12). V tomto prípade bola najčastejšie označovanou odpoveďou možnosť nie, ktorú uvádzalo 52,1 % respondentov. Možnosť áno označovalo 47,9 % respondentov.

Graf 12 Vedomosť respondentov o tom, či musí mať mediátor právnické vzdelanie



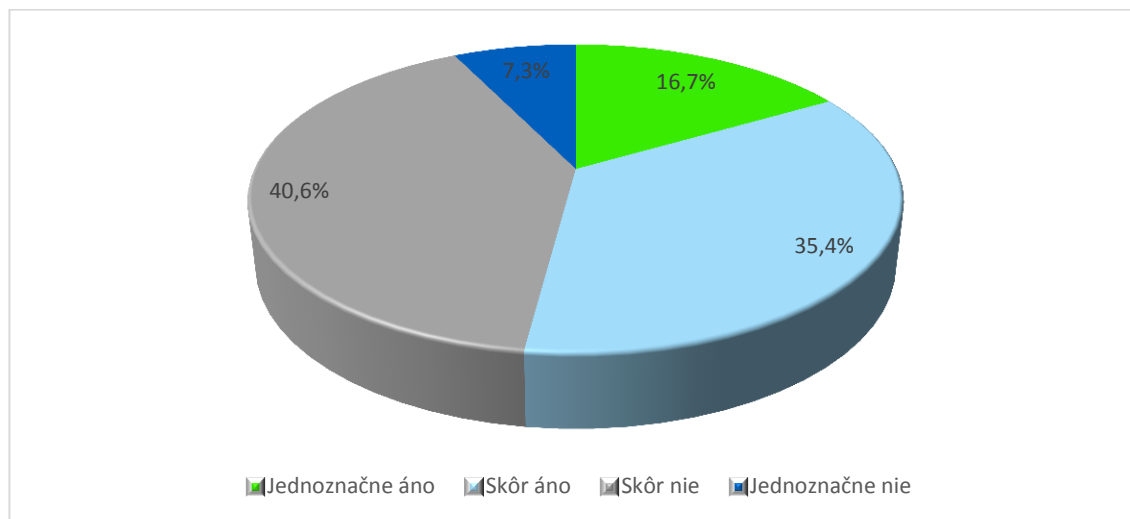
Graf 13 znázorňuje odpovede respondentov na položku, či by oni sami mali záujem o riešenie nejakého svojho konfliktu prostredníctvom mediácie. Ako je možné vidieť z grafu, respondenti najčastejšie odpovedali, že skôr nie, a to v 40,6 % prípadov. Možnosť skôr áno uvádzalo 38,5 % z nich. Možnosť jednoznačne áno, teda jednoznačný záujem o riešenie konfliktu mediáciou uvádzalo 7,3 % respondentov a naopak možnosť jednoznačne nie označovalo 13,5 % respondentov.

Graf 13 Záujem respondentov o riešenie sporu mediáciou



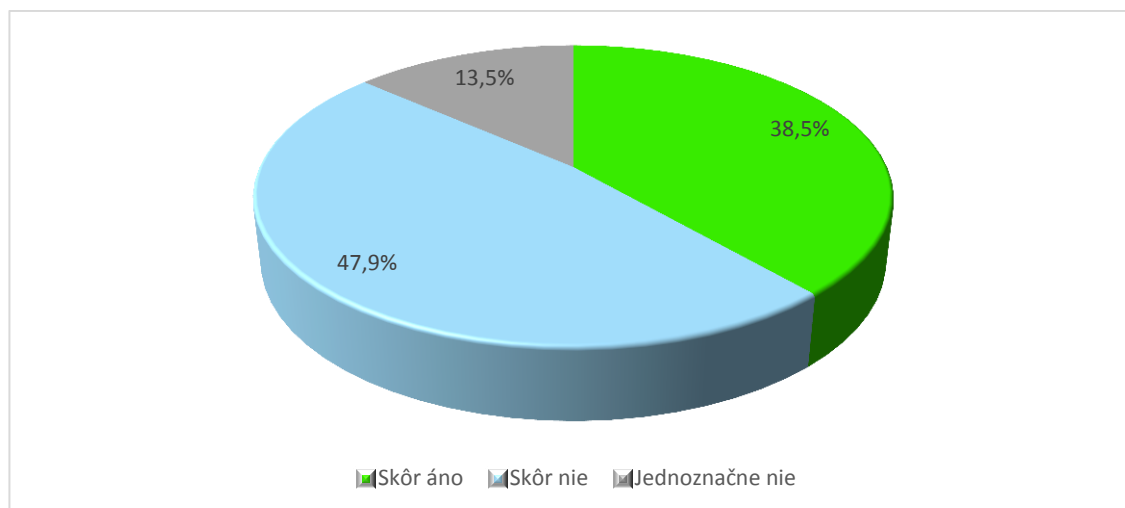
Respondentov sme sa ďalej pýtali, či môže byť podľa nich vyriešenie konfliktu mediáciou efektívne (Graf 14). Aj v tomto prípade bola najčastejšie označovanou odpoveďou možnosť, že skôr nie, ktorú označovalo 40,6 % respondentov. Naopak možnosť skôr áno označovalo 35,4 % z nich.

Graf 14 Názor na efektívne vyriešenie konfliktu pomocou mediácie



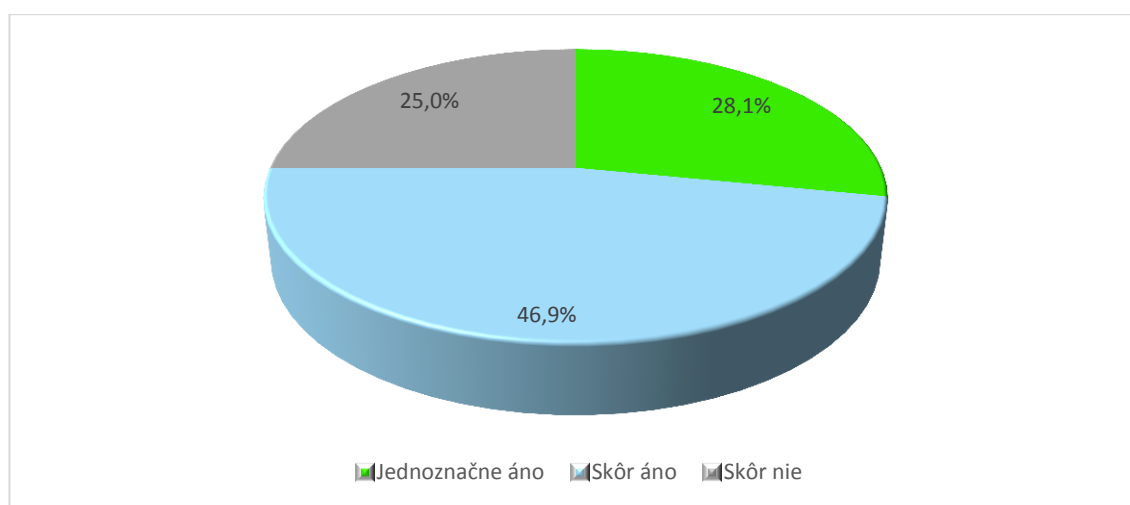
V nasledujúcej položke nás zaujímal názor respondentov na to, či je podľa nich verejnosť dostatočne informovaná o mediácii ako o možnosti riešenia konfliktov (Graf 15). Respondenti v tomto prípade najčastejšie odpovedali, že skôr nie, a to v 47,9 % prípadov. Možnosť skôr áno označovalo 38,5 % z nich. Možnosť jednoznačne áno neoznačoval ani jeden respondent a možnosť jednoznačne nie označovalo 13,5 % respondentov.

Graf 15 Názor respondentov na to, či je verejnosť dostatočne informovaná o mediácii



Respondenti ďalej odpovedali na položku, či by mali záujem o viac informácií o mediácii napríklad formou informačných letákov (Graf 16). V tomto prípade bola najčastejšie označovanou odpoveďou možnosť, že skôr áno, ktorú označovalo 46,9 % respondentov. Možnosť jednoznačne áno, teda jednoznačný záujem o viac informácií uvádzalo 28,1 % respondentov. Možnosť skôr nie, teda skôr nezáujem o informácie týkajúce sa mediácie uvádzalo 25 % respondentov. Možnosť jednoznačne nie v tomto prípade neoznačoval ani jeden respondent.

Graf 16 Záujem respondentov o viac informácií o mediácii



DISKUSIA

V nasledujúcej kapitole prinášame overenie stanovených hypotéz na základe výsledkov výskumu a v závere kapitoly prinášame analýzu výsledkov výskumu.

Hypotéza 1: Respondenti budú najčastejšie udávať, že majú čiastočné informácie o mediácii.

Prvá hypotéza je zameraná na oblasť informovanosti verejnosti o mediácii. Aj napriek tomu, že mediácia v našich podmienkach existuje už nejaký čas, nie je pre verejnosť taká známa. Príčinou je tiež to, že sa týka iba určitej časti spoločenského života,

teda takej časti, v ktorej sa nemusí pohybovať každý jednotlivec, a ak sa v nej objaví, tak len na určitý čas. Právo a súdnictvo, či riešenie sporov je oblasť, ktorá nie je vnímaná pozitívne, teda ľudia sa v danej oblasti pohybujú čo možno najkratší čas. Mediácia je preto pre mnoho jednotlivcov ešte úplne neznáma a ak o nej vedia, ich informácie nie sú vždy správne.

Výsledky výskumu, pomocou ktorých sme overili hypotézu, sme spracovali v grafe 5, v ktorom je možné vidieť, že žiadnu vedomosť o mediácii síce malo najmenej respondentov, avšak stále je to viac ako

štvrtina z nich, čo je pomerne veľa. Presné informácie podľa vlastného úsudku mala tiež viac ako štvrtina respondentov a najviac respondentov uviedlo, že už o mediácii počuli, avšak nevedia úplne presne, čo to je. Znamená to, že majú čiastočné informácie, vedia, že existuje spôsob riešenia konfliktov pomocou mediácie, ale nevedia jednoznačne čo všetko táto metóda obnáša.

Môžeme zhodnotiť, že respondenti najčastejšie uviedli, že o mediácii majú čiastočné informácie, čo znamená, že hypotéza sa potvrdila.

Hypotéza 2: Respondenti budú najčastejšie udávať, že nemajú skúsenosti s mediáciou.

Druhá hypotéza sa zameriava na skúsenosti respondentov s mediáciou. Vedomosť o mediácii sa totiž najčastejšie dostavuje vtedy, keď si ju človek vyskúša priamo, teda vtedy, ak svoj konflikt alebo problém rieši prostredníctvom mediácie. Chceli sme preto vedieť, koľko respondentov z tých, ktorí o mediácii vedia, majú priamo s touto metódou skúsenosť, prípadne aké je využívanie mediácie medzi respondentmi.

Hypotézu sme overili na základe odpovedí respondentov spracovaných v grafe 6, kde je možné vidieť, že absolútna väčšina respondentov uviedla, že s mediáciou nemajú žiadnu skúsenosť, teda ju v praxi nevyskúšali. Jednorazovú skúsenosť s mediáciou má veľmi nízke percento respondentov, menej ako jedna

štvrtina má viacnásobnú skúsenosť má takmer zanedbateľné percento respondentov. Znamená to, že respondenti aj napriek tomu, že o mediácii vedia, teda aspoň časť z nich, nerieši svoje konflikty týmto spôsobom. Pritom pomocou mediácie nemusia byť riešené iba konflikty súdne, ale tiež akékoľvek iné, napríklad susedské spory, alebo iné problémy v rodine, či v okolí.

Môžeme zhodnotiť, že väčšina respondentov nemá žiadnu osobnú skúsenosť s mediáciou, z čoho vyplýva, že hypotéza sa potvrdila.

Hypotéza 3: Respondenti budú najčastejšie udávať, že nevedia o oblastiach konfliktov, ktoré je možné riešiť mediáciou.

Tretia hypotéza je zameraná na vedomosť respondentov o oblastiach, v ktorých môže byť mediácia využívaná. Vzhľadom na to, že sme zisťovali informovanosť verejnosti o mediácii ako takej, chceli sme vedieť, či respondenti majú aj bližšie informácie o mediácii.

Odpovede respondentov, pomocou ktorých sme hypotézu overili, sme spracovali v grafe 11, kde však respondenti mohli označiť aj viac ako jednu možnosť odpovede. Preto sme výsledky zobrazili nie v koláčovom, ale stĺpcovom grafe a môžeme vidieť, že množstvo respondentov označilo viac možností odpovedí. Možnosť neviem označila takmer polovica respondentov, teda táto skupina respondentov vôbec nevedela, v akých

oblastiach je možné mediáciu využiť. Štvrtina respondentov uviedla, že je možné mediáciu využiť vo všetkých oblastiach konfliktu, čo je taktiež nesprávne a keďže mediáciu nie je možné využiť v trestnom práve, môžeme považovať aj tieto označenia za nesprávne. Spolu to teda vychádza, že viac ako tri štvrtiny respondentov neodpovedali správne, teda nevedia, v akých oblastiach je možné mediáciu využívať.

Môžeme zhodnotiť, že väčšina respondentov nevedela správne odpovedať o tom, v ktorých oblastiach je možné využiť mediáciu, to znamená, že hypotéza sa potvrdila.

Hypotéza 4: Respondenti budú najčastejšie udávať, že nemajú záujem o riešenie konfliktov pomocou mediácie.

Štvrtá hypotéza sa zameriava na záujem respondentov o mediáciu, resp. o riešenie problémov pomocou mediácie. Predpokladali sme, že informovanosť verejnosti o mediácii nebude veľká, aj napriek tomu sme nerátali s tým, že je taká nízka. Preto sme chceli zistiť, či by respondenti mali záujem o tento spôsob riešenia konfliktov. Vzhľadom na to, že sme respondentom podstatu mediácie aspoň čiastočne objasnili, môžeme predpokladať, že vedia zhodnotiť, či by o tento postup mali záujem, alebo nie.

Výsledky výskumu potrebné na overenie danej hypotézy sme spracovali v grafe 13, v ktorom je možné vidieť, že

najviac respondentov uviedlo, že by skôr nemali záujem o riešenie konfliktov prostredníctvom mediácie, avšak druhá najčastejšie označovaná možnosť bola, že by skôr mali záujem. Jednoznačné možnosti však označovali respondenti jednoznačnejšie, viac respondentov uviedlo, že by jednoznačne nemali záujem o mediáciu ako o možnosť riešenia sporov a iba veľmi malé percento respondentov by jednoznačne záujem malo. Pri pohľade na odpovede respondentov iba ako na súhlasné a nesúhlasné je zrejmé, že väčšina respondentov nemá záujem o riešenie konfliktov prostredníctvom mediácie.

Zistili sme, že respondenti najčastejšie uvádzali, že nemajú záujem o riešenie konfliktov prostredníctvom mediácie, čo znamená, že hypotéza sa potvrdila.

Vo výskume sme tiež zistili ďalšie zaujímavé informácie o informovanosti verejnosti o mediácii. Zistili sme, že väčšina respondentov nepočula o alternatívnych spôsoboch riešenia konfliktov, teda riešenie problému alebo konfliktu riešia respondenti najčastejšie štandardnými a klasickými spôsobmi.

Väčšina respondentov nevedela, resp. nevedela presne, čo je mediácia. Vedomosť o tom, čo mediácia je mala iba viac ako štvrtina respondentov, pričom aj v tomto prípade nemôžeme odhadnúť, do akej miery sú vedomosti respondentov presné. V dotazníku sme respondentom následne stručne vysvetlili,

čo to mediácia je a aká je jej podstata. Následne sme sa už respondentov na mediáciu pýtali s predpokladom, že už jej rozumejú.

Väčšina respondentov nemala skúsenosť s mediáciou, jednorazovú skúsenosť malo iba veľmi malé percento a viacnásobnú skúsenosť iba zanedbateľné množstvo respondentov. Väčšina respondentov taktiež nepozná nikoho, kto by svoje problémy riešil prostredníctvom mediácie. Musíme však uznať, že viac respondentov malo známych, ktorí riešili svoje problémy a konflikty prostredníctvom mediácie, ako bolo samotných respondentov s touto skúsenosťou. Znamená to, že jednotlivci, ktorí majú túto skúsenosť, o tom hovoria vo svojom okolí.

Väčšina respondentov sa domnieva, že mediácia môže byť dobrá metóda, avšak majú pochybnosti o tom, či môže efektívne fungovať. Druhá najpočetnejšia skupina respondentov sa domnieva, že mediácia ako metóda riešenia konfliktov nemôže fungovať efektívne. Určitá menšia časť respondentov považuje mediáciu za efektívnu metódu, teda z celkového pohľadu si viac respondentov myslí, že by mohlo ísť o efektívnu metódu. Aj napriek tomu obratom drvivá väčšina respondentov uviedla, že v prípade problému alebo sporu by svoju situáciu neriešili mediáciou, ale súdom. To znamená, že do istej miery môže byť mediácia efektívna, avšak nie v prípade riešenia problému samotných respondentov.

Najviac respondentov sa o mediácii dozvedelo práve z nášho dotazníka, čo najviac poukazuje na to, aká nedostatočná je informovanosť o mediácii. Zvyšok respondentov najčastejšie uvádzal, že o mediácii sa dozvedeli od známych, z odbornej literatúry alebo z novín a televízie.

Správne odpovede respondentov, ohľadom informácií o mediácii sme získali v položke o tom, či musí mať mediátor právnické vzdelanie. Väčšina respondentov odpovedala správne, teda že toto vzdelanie nepotrebuje. Rozdiel medzi správnymi a nesprávnymi odpoveďami bol však veľmi malý.

Respondentov sme sa pýtali aj tom či podľa nich môže byť vyriešenie problému alebo konfliktu pomocou mediácie efektívne. Podľa väčšiny respondentov takéto riešenie konfliktu nemôže byť efektívne, avšak druhá najpočetnejšia skupina respondentov uviedla, že skôr môže ísť o efektívne riešenie a jednoznačne efektívnym riešením označila túto metódu taktiež určitá skupina respondentov. Pri globálnom pohľade na odpovede respondentov je zrejmé, že podľa väčšiny respondentov môže byť riešenie pomocou mediácie efektívne, avšak rozdiel medzi dvoma skupinami respondentov bol veľmi malý.

Podľa väčšiny respondentov nie je verejnosť dostatočne informovaná o mediácii ako o metóde riešenia konfliktov. Je o tom

presvedčená drvivá väčšina respondentov, pričom časť, ktorá uvádzala, že verejnosť je informovaná, označovala iba čiastočne súhlasnú možnosť. Súvisí s tým aj záujem väčšiny respondentov o lepšiu informovanosť verejnosti o mediácii, pričom jednoznačný nezáujem neuviedol nikto.

Z výsledkov výskumu vyplýva, že verejnosť v Trnavskom kraji nie je dostatočne informovaná o mediácii, dokonca by sme mohli zhodnotiť, že je veľmi nedostatočne informovaná. Dovolíme si tvrdiť, že podobná situácia môže byť aj v iných okresoch Slovenska, prípadne prakticky na celom území Slovenska. Vedomosti a poznatky o mediácii má verejnosť nedostatočné, alebo žiadne, z čoho vyplýva aj nedôvera voči mediácii.

4.1 ODPORÚČANIA PRE PRAX

Na základe výsledkov z výskumu navrhujeme niekoľko odporúčaní pre oblasť praxe, ktoré by mohli po zavedení priniesť pozitívne zmeny a zlepšenie v oblasti informovanosti o mediácii.

V prvom rade odporúčame, aby bola verejnosť v Trnavskom kraji, ale aj na celom Slovensku podrobnejšie a dôslednejšie informovaná o mediácii. Odporúčame, aby bola verejnosť informovaná o tom, čo všetko mediácia je, čo je jej podstatou a cieľom, čo môže byť výsledkom mediácie a aké sú napríklad jej ceny v porovnaní s právnym zastupovaním na súde. Verejnosť by sa mala

dozvedieť o všetkých informáciách o mediácii, teda aj to, ako začína, ako prebieha a ako je ukončená, taktiež o tom, do akej miery je výsledok mediácie záväzný pre obe strany. Všetky tieto informácie môžeme zaradiť medzi základné informácie o mediácii.

Odporúčame, aby bola verejnosť Trnavského kraja informovaná o tom, kde je možné získať pomoc mediácie, teda zoznamy a adresy mediátorov v tomto kraji, aby verejnosť vedela, kde môže hľadať pomoc. Odporúčame, aby táto informovanosť prebehla napríklad pomocou regionálnych novín, ktoré sú doručované do schránok občanov, alebo pomocou letákov vytlačených pre túto príležitosť. V týchto letákoch by mali byť uverejnené všetky mená a adresy mediátorov v kraji, ich úradné hodiny a kontakt. Nešlo by však o platenú reklamu, ale jednoducho o informovanosť o možnosti mediácie.

Odporúčame, aby boli v rámci Trnavského kraja ale aj celého Slovenska realizované v televízii reportáže o mediácii, o tom, ako prebieha a aké sú jej výhody, rovnako rozhovory s jednotlivcami, ktorí svoj spor riešili pomocou mediácie, ktorí by mohli poukázať na ďalšie výhody a efektivitu mediácie.

Odporúčame tiež, aby boli v rámci celého Slovenska distribuované letáky alebo informačné brožúry zamerané na mediáciu. Tieto letáky by boli distribuované do schránok jednotlivcov, boli by distribuované aj

v čakárňach lekárov, v obchodoch a podobne. Distribúcia informačných letákov by mohla byť realizovaná aj na súdoch.

Odporúčame, aby bola informovanosť o mediácii realizovaná aj priamo na súdoch. Pri každom spore, ktorý je riešený na súde, by bolo vhodné, aby sudca informoval obe strany o mediácii a možnosti riešiť svoj spor nekonfliktne. Okrem odporúčania mediácie sudcom by bolo vhodné to, aby každý jeden spor, ktorý je vhodný na riešenie pomocou mediácie, bol odporúčaný na skúšobné konanie s pomocou mediátora. To znamená, že každý takýto spor by mal priamo stretnutie s mediátorom, ktorý by obom stranám vysvetlil podstatu a postup mediácie a až na základe týchto informácií by sa obe strany rozhodli, či si zvolia alebo nezvolia mediáciu.

Odporúčame, aby boli zverejňované rozhodnutia realizované mediáciou a ich výsledky, samozrejme so zachovaním anonymity účastníkov. To znamená, že by bol v skratke zverejnený problém, požiadavky oboch strán a výsledná dohoda. Za vhodné považujeme tiež zverejnenie dodržiavanie tejto dohody, ak ide o úspešné riešenie a súčasne o vyjadrenia účastníkov konania, možno v podobe krátkeho vyjadrenia k výsledku mediácie.

V závere odporúčame, aby boli realizované výskumy v tejto oblasti, ktoré by podrobne skúmali podstatu mediácie

a informovanosti o nej, ako aj možnosti zlepšenia v tejto oblasti.

ZÁVER

Cieľom práce bolo definovať mediáciu ako metódu sociálnej práce a prakticky overiť informovanosť verejnosti v Trnavskom kraji o mediácii a jej aspektoch.

V teoretickej časti práce sme priniesli informácie o teoretických východiskách konfliktu. Popísali sme vznik a fázy konfliktov, ako aj typológiu konfliktov a spôsoby ich riešenia. V druhej časti práce sme popísali mediáciu ako metódu sociálnej práce, kde sme sa zamerali na princípy a ciele mediácie, jej legislatívne vymedzenie a mediačný proces. Definovali sme tiež jednotlivé oblasti vhodné pre mediáciu a mediáciu v sociálnej práci.

Cieľom výskumu bolo zistiť skúsenosti a informovanosť verejnosti v Trnavskom kraji o mediácii, ako o spôsobe riešenia konfliktov a identifikácia najčastejšie využívaných oblastí konfliktov riešených prostredníctvom mediácie. Hlavnou výskumnou metódou bol vlastný dotazník a metóda analýzy. Výskumný súbor bol tvorený verejnosťou v Trnavskom kraji.

Vo výskume sme zistili, že verejnosť v Trnavskom kraji má iba čiastočné informácie o mediácii, pričom väčšina respondentov ich získala priamo z nášho dotazníka. Zistili sme

tiež, že verejnosť v Trnavskom kraji nemá skúsenosti s mediáciou, avšak viac ako štvrtina respondentov má známych a priateľov, ktorí majú s mediáciou priame skúsenosti. Zistili sme tiež, že respondenti nevedeli presne určiť, ktoré oblasti práva a života jednotlivcov sú vhodné pre mediačné riešenie. V závere výskumu sme zistili, že respondenti nemajú záujem o riešenie konfliktov pomocou mediácie, dokonca takto vyriešený konflikt považuje množstvo respondentov za neefektívny. Pri výbere riešenia konfliktu pomocou mediácie alebo súdu, by si väčšina respondentov vybrala súd. Pozitívne však je, že väčšina respondentov prejavila záujem o zvýšenie informovanosti o mediácii.

Môžeme zhodnotiť, že informovanosť verejnosti v Trnavskom kraji o mediácii je veľmi slabá, prípadne až žiadna. Jednotlivci, ktorí už o mediácii počuli, nemajú dostatok podrobnejších informácií o tom, ako mediácia funguje, čo je jej podstatou a kde môže byť využitá. Domnievame sa, že toto je stav nielen Trnavského kraja, ale celého Slovenska. Dôsledkom takto nedostatočnej informovanosti verejnosti je nedôvera v mediáciu a v riešenia, ktoré prináša. Respondenti jednoznačne prejavili nezáujem o možnosť riešenia konfliktov alebo problémov mediáciou, pretože o nej nemajú dostatok informácií.

V závere práce sme preto navrhli niekoľko odporúčaní pre prax, avšak

najdôležitejším odporúčaním je zvýšenie informovanosti verejnosti na celom Slovensku.

Kontakt na autora:

Gabriela Macankova

e-mail: gabrielamacankova@gmail.com