

UNIVERZITA KARLOVA

FAKULTA SOCIÁLNÍCH VĚD

Institut komunikačních studií a žurnalistiky

Katedra mediálních studií

Diplomová práce

2023

Vendula Knejřlová

UNIVERZITA KARLOVA

FAKULTA SOCIÁLNÍCH VĚD

Institut komunikačních studií a žurnalistiky

Katedra mediálních studií

Mediální návyky dětí ve věku 5-6 let

Diplomová práce

Autor práce: Bc. Vendula Knejřlová

Studijní program: Mediální studia

Vedoucí práce: PhDr. Radim Wolák

Rok obhajoby: 2023

Prohlášení

1. Prohlašuji, že jsem předkládanou práci zpracovala samostatně a použila jen uvedené prameny a literaturu.
2. Prohlašuji, že práce nebyla využita k získání jiného titulu.
3. Souhlasím s tím, aby práce byla zpřístupněna pro studijní a výzkumné účely.

V Praze dne

Vendula Knejfová

Bibliografický záznam

KNEJFLOVÁ, Vendula. *Mediální návyky dětí ve věku 5-6 let*. Praha, 2022. 122 s. Diplomová práce (Mgr.). Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Institut komunikačních studií a žurnalistiky, Katedra mediálních studií. Vedoucí diplomové práce PhDr. Radim Wolák.

Abstrakt

Práce Mediální návyky dětí ve věku 5-6 let zkoumá mediální povědomí 5 a 6letých dětí, jejich mediální návyky a preference. Zabývá se postoji rodičů a pedagogů k médiím a jejich postavení ve výchově, a hledá odpověď na otázku, zda má obliba a používání elektronických vizuálních médií (televize, počítač, mobil/tablet) dopad na některé oblasti psychomotorického vývoje dítěte. Práce navazuje na podobný výzkum vedený v roce 2010 Ondřejem Luštincem. Cílem je odpovědět na to, jaké je mediální povědomí dětí, jaké jsou jejich mediální preference a jaké postoje zaujímají rodiče a pedagogičtí pracovníci k médiím ve výchově. Bylo též stanoveno několik hypotéz, např., že děti s horšími výsledky ve sledovaných oblastech budou častěji volit vizuální elektronická média jako svá oblíbená a tištěná média s rádiem jako méně oblíbená, dále že děti s horšími výsledky budou s vizuálními elektronickými médii trávit více času, a že s nimi budou děti trávit více času než v roce 2010. Současný výzkum byl realizován v červnu 2022 a v lednu 2023 v mateřských školách v Kyselce, Velvarech, Čakovicích a v Praze – Opletalově ulici. V rámci práce byly použity kvalitativní metody (rozhovory a experimenty s dětmi) i kvantitativní metody (dotazníky pro rodiče a pedagogické pracovníky). Média zaujímají v životě dětí významnou pozici a vizuální elektronická média jsou u dětí výrazně oblíbenější než tištěná média nebo rádio. Děti mají též vysoké mediální povědomí. Při výchově se rodiče a pedagogičtí pracovníci přiklání ke kompromisu, média využívají, ale v rozumné míře. Hypotézy se z velké části potvrdily. Výzkum lze považovat za snahu zachytit přeměnu mediálních návyků 5 a 6letých dětí od desátých let po dvacátá léta 21. století.

Abstract

The thesis Media habits of children aged 5-6 examines the media awareness of 5 and 6 years old children, their media habits and preferences. It deals with the attitudes of parents and educators towards the media and their role in education, and seeks an answer the question of whether the popularity and use of electronic visual media (television, computer, mobile/tablet) has an impact on some areas of a child's psychomotor development. The work is inspired by a similar research conducted in 2010 by Ondřej Luštinec. The aim is to answer what is the media awareness of children, what are their media preferences and what attitudes are taken by parents and pedagogical staff towards the media in education. Several hypotheses were established, e.g. that children with worse results in the monitored areas will more often choose visual electronic media as their favorite and printed media with radio as unpopular, that children with worse results will spend more time with visual electronic media and that children will spend more time with them than in 2010. The current

research was carried out in June 2022 and in January 2023 in kindergartens in Kyselka, Velvary, Čakovice and in Prague – Opletalova street. Qualitative methods (interviews and experiments with children) and quantitative methods (questionnaires for parents and teaching staff) were used in the work. Media occupy an important position in children's lives, and visual electronic media are significantly more popular with children than print media or radio. Children also have a high media awareness. In education, parents and teaching staff are inclined to compromise, to use the media, but reasonably. The hypotheses were largely confirmed. The research can be considered an attempt to capture the transformation of the media habits of 5 and 6 years old children from the 2010s to the 2020s.

Klíčová slova

děti, digitalizace, nová média, mobil, předškolní děti, tablet, výchova

Keywords

children, digitization, new media, mobile, preschoolers, tablet, upbringing

Title/název práce

Media habits of kids in age of 5-6 years/Mediální návyky dětí ve věku 5-6 let

Poděkování

Na tomto místě bych ráda poděkovala vedoucímu své diplomové práce panu PhDr. Radimu Wolákovi za laskavé vedení a vstřícný přístup. Velký dík patří rovněž PhDr. Ondřeji Luštincovi, jehož práce a zvolené metody inspirovaly podobu tohoto výzkumu a bez jehož výzkumu by tato práce nikdy nevznikla. Ráda bych také poděkovala ředitelkám a pedagogickým pracovníkům mateřských škol v Kyselce, Velvarech, Čakovcích a Praze Opletalově za možnost realizace výzkumu. Chtěla bych poděkovat všem respondentům za čas a energii, který výzkumu věnovali. V neposlední řadě bych ráda vyjádřila dík svým blízkým přátelům Mgr. Sanině Čajić a Mgr. Veronice Valtové za podporu a za pomoc při hledání mateřských školek. Na závěr bych ráda poděkovala všem svým přátelům, rodině a manželovi, bez jejichž podpory by bylo mé studium o mnoho těžší.

Obsah

Úvod	4
Použitá literatura	8
Vymezení terminologie.....	11
1. Teoretická část.....	12
1. 1 Děti a média – shrnutí dosavadního výzkumu.....	12
1. 1. 1 Zahraniční výzkum.....	12
1. 1. 2 Český výzkum	15
1. 2 Český mediální kontext a streamovací platformy.....	16
1. 2. 1 Tištěná média – noviny a časopisy.....	16
1. 2. 2 Rozhlas	17
1. 2. 3 Televize	17
1. 2. 4 Streamovací platformy	18
1. 3 Psychomotorický obraz předškolního dítěte.....	19
1. 3. 1 Myšlení a vnímání předškolního dítěte	19
1. 3. 2 Komunikační dovednosti.....	20
1. 3. 3 Dětská představivost a imaginace	21
1. 3. 4 Učení se sociálním normám	22
1. 3. 5 Jemná motorika	22
1. 4 Teoretická východiska studia dětí a médií.....	22
1. 4. 1 Vybrané teorie ve vztahu dětí a médií.....	23
1. 4. 2 Dítě jako konzument médií	26
1. 4. 3 Rodiče a děti ve světě digitálních médií.....	28
1. 5 Rizika a pozitiva spojená s digitálními médii.....	30
1. 5. 1 Rizika spojená s digitálními médii.....	30
1. 5. 2 Pozitivní aspekty médií s obrazovkou.....	31
1. 6 Mediální výchova a mediální gramotnost.....	32
2. Metodologie.....	33
2. 1 Změny v metodologii oproti předchozímu výzkumu	33
2. 2. Výzkumné otázky a hypotézy	35
2. 3. Výběr vzorku	36
2. 4 Struktura výzkumu a analýza dat.....	37
2. 5 Použité metody	39
2. 5. 1 Standardizovaný dotazník pro rodiče.....	39

2. 5. 2 Standardizovaný dotazník pro pedagogické pracovníky 1	40
2. 5. 3 Standardizovaný dotazník pro pedagogické pracovníky 2.....	41
2. 5. 4 Experimenty s dětmi	43
2. 5. 5 Rozhovor s dětmi	44
2. 6 Realizace výzkumu	46
2. 7 Specifika výzkumu prováděného s dětmi	47
3. Praktická část.....	47
3. 1 Mediální povědomí	48
3. 1. 1 Mediální povědomí dětí – identifikace jednotlivých médií	48
3. 1. 2 Mediální povědomí dětí – funkce jednotlivých médií	48
3. 2 Mediální preference	54
3. 2. 1 Preference a averze jednotlivých médií	55
3. 2. 2 Důvody obliby a averze vůči jednotlivým médiím	58
3. 2. 3 Rodičovské hodnocení oblíbenosti médií	66
3. 3 Používání médií	68
3. 3. 1 Rodičovský dotazník	70
3. 3. 2 Pedagogický dotazník	71
3. 4 Konzumované obsahy	72
3. 4. 1 Rozhovory s dětmi	73
3. 4. 2 Rodičovské dotazníky	79
3. 4. 3 Dotazník pro pedagogické pracovníky.....	82
3. 5 Média a jejich místo ve výchově	84
3. 5. 1 Rodičovské dotazníky	84
3. 5. 2 Pedagogičtí pracovníci.....	88
3. 5. 2. 1 Omezování médií	88
3. 5. 2. 2 Postoj k médiím ve výchově	89
3. 6 Hodnocení pedagogů	90
3. 6. 1 Rozhovory s dětmi – preference a averze	91
3. 6. 2 Rodičovské dotazníky	93
3. 7 Srovnání s předchozím výzkumem.....	94
Závěr.....	97

Úvod

Mark Deuze napsal v roce 2016 knihu s názvem *Život v médiích*. Podle této knihy nejsme pouze konzumenty médií, ale též jejich součástí, neboť média jsou všude kolem nás a my v nich žijeme.¹ Nakolik toto odvážné tvrzení reflektuje reálnou podobu našich životů? A životů dětí? Dnešní děti tráví s médii, zejména s těmi elektronickými, mnoho času.² Podle odhadů tráví průměrně roční až 2leté dítě hodinu až 2 hodiny denně u obrazovek. V případě 2letých až 5letých je to až 5,6 hodin denně.³ Doporučení Americké pediatrické asociace pro předškolní děti přitom činí méně než hodinu denně u obrazovek s kvalitním vzdělávacím obsahem.⁴

To, že děti tráví mnoho času s médii není žádnou novinkou. Média jsou nedílnou součástí dětských životů již po mnoho generací. Dosvědčuje to například výzkum z roku 1911, kdy M. M. Davis zkoumal více než tisícovku dětí ve věku 11-14 let a došel k závěru, že 62 % z nich chodilo do kina jednou až dvakrát týdně. Výzkum realizovaný v roce 1934 sociology Lundbergem, Komarovskym a McInernym zase zkoumal mediální návyky téměř 800 středoškoláků a přišel se zjištěním, že mladí lidé trávili v průměru 4 hodiny a 40 minut týdně poslechem rádia a dalších 5 a půl hodiny chozením do kina, na koncerty nebo poslechem desek.⁵

Je tedy vidět, že média jsou součástí mladých a dětských životů již opravdu dlouho, ale současná situace je v určitých ohledech odlišná. Poprvé se jako společnost nacházíme v situaci, kdy je díky novým médiím zábava takřka neomezená. Nemusíme čekat na den, kdy bude vysílán náš oblíbený film, ani nemusíme při jeho sledování sedět u televize v obývacím pokoji. Film si můžeme pustit kdykoliv a kdekoliv nám vyhovuje. Nová média a digitální technologie přináší svým uživatelům řadu nebývalých možností a výhod. Mnoho rodičů i pedagogů si všímá především vzdělávacího potenciálu digitálních technologií, ačkoliv jiní vůči nim zůstávají skeptičtí. Objevují se i hlasy, které před těmito technologiemi v dětských rukách varují. U dětí nadužívajících digitálních technologie totiž podle nich hrozí

¹ DEUZE, Mark. *Media life = Život v médiích*.

² CHEN, Wenli, Ming Hui TEO a Dong NGUYEN. *Singapore Parents' Use of Digital Devices with Young Children: Motivations and Uses*. s. 240.

³ ELIAS, Nelly a Idit SULKIN. *Screen-Assisted Parenting: The Relationship Between Toddlers' Screen Time and Parents' Use of Media as a Parenting Tool*. s. 2.

⁴ MUNZER, Tiffany G a et al. *Media Exposure in Low-Income Preschool-Aged Children Is Associated with Multiple Measures of Self-Regulatory Behavior*. s. 1.

⁵ CALVERT, Sandra L. a Barbara J. WILSON. *The Handbook of Children, Media and Development*. s. 9-10.

zpomalený vývoj v kognitivní, sociální a emocionální oblasti. Další negativní dopady mohou zahrnovat obezitu nebo problémy se spánkem.⁶ Jsou tyto obavy oprávněné? Skutečně může být nadužívání digitálních technologií v raném dětství spojeno se zhoršeným vývojem v určitých oblastech? A jaký je vlastně vztah dnešních dětí a médií? A jaký postoj zauímají k médiím ve výchově rodiče a pedagogové? Nejen na tyto otázky se předkládaný výzkum snaží nalézt odpověď.

Výzkum se zabývá vztahem dnešních 5-6 letých dětí a médií. Médii je v tomto případě sedm, konkrétně: televize, počítač, mobil, tablet (tj. média s obrazovkou, která budu nadále označovat jako vizuální elektronická média), rádio, kniha a časopis. Cílem tohoto výzkumu je komplexní zmapování mediálních návyků 5-6letých dětí, a s tím souvisejících aspektů. Je nutné zdůraznit, že se nejedná o zcela originální výzkum. Podobný výzkum realizoval v roce 2010 Ondřej Luštinec, který zkoumal mediální návyky 5 a 6letých dětí.⁷ Tato práce je volným pokračováním Luštinceva výzkumu. Stejně jako on, se i já zabývám mediálními návyky 5 a 6letých dětí, ale s časovým odstupem 13 let. Ačkoliv je můj výzkum v mnohém inspirován Luštinem, nejedná se o tentýž výzkum. Základní zvolené metody jsou sice podobné, ale jejich zpracování se liší. Některé metody v mém pojetí chybí, jiné jsou naopak přidány nebo změněny. Luštinec se například při práci s dětmi opíral zejména o experimenty,⁸ zatímco já se opírám především o obsáhlé rozhovory s nimi. Na rozdíl od Luštince též zkoumám potenciální negativní dopady vizuálních elektronických médií na psychomotorický vývoj dítěte. Celkově se tedy jedná o přepracovaný, ale v jádru podobný výzkum. Ačkoliv se naše výsledky zrcadlově neodrážejí, v mnohých ohledech se doplňují a společně přináší obraz proměny mediálních návyků 5-6letých dětí mezi lety 2010-2023.

V rámci nového výzkumu bylo formulováno několik výzkumných otázek. Například jaké je mediální povědomí dětí. Dále, která média jsou mezi dětmi populární a která nikoliv. Práce se též zabývá tím, zda se od roku 2010 změnilы mediální návyky dětí, a pokud ano, tak jakým způsobem. V neposlední řadě práce zkoumá postoje rodičů a pedagogů k médiím ve výchově. Během výzkumu byla rovněž ověřována platnost některých hypotéz. Podle prvních dvou hypotéz bude větší obliba a častější používání vizuálních elektronických médií souviset

⁶ MUSTAFAOĞLU, Rüstem a et al. The Negative Effects of Digital Technology Usage on Children's Development and Health. s. 13-15.

⁷ LUŠTINEC, Ondřej. Mediální návyky dětí ve věku 5 a 6 let.

⁸ Ibid. s. 55.

s horšími výsledky ve sledovaných oblastech (verbální vyjadřování, porozumění, jemná motorika a pozornost). Další hypotézou je větší obliba vizuálních elektronických médií oproti zbývajícím médiím (rádio, kniha, časopis). Poslední hypotézou je, že děti budou s elektronickými vizuálními médii trávit více času, než tomu bylo před 13 lety.

Jaký postup byl zvolen k zodpovězení výzkumných otázek a ověření hypotéz? Podobný, jaký volil Luštinec. Jedná se o smíšený výzkum kombinující kvalitativní a kvantitativní metody. Stejně jako on jsem se vypravila do školek a zpovídala děti ohledně jejich mediálního povědomí, mediálních preferencí a mediálních návyků. Během června 2022 a ledna 2023 jsem hovořila celkem s 69 dětmi ze čtyř různých školek, konkrétně v Kyselce u Karlových Varů, v Opletalově ulici v Praze, v Praze Čakovicích a ve Velvarech. Při práci s dětmi byly použity kvalitativní metody. Díky tomuto postupu bylo možné získat řadu autentických a podrobných informací přímo od samotných dětí. Přestože výpovědi dětí přináší mnoho zajímavých informací, nedokáží plně zodpovědět veškeré stanovené otázky. Aby byl získán ucelený obraz týkající se vztahu dětí a médií, byli do výzkumu zahrnuti rodiče i pedagogičtí pracovníci. V těchto případech byl použit kvantitativní výzkum.

Důvodů, proč jsem v tomto ohledu postupovala kvantitativně, je více, ale primárním důvodem byla návaznost na předchozí výzkum, dále snazší sběr dat v kombinaci se získáním poměrně velkého množství informací. Součástí výzkumu byly dotazníky pro rodiče, kombinující otevřené a uzavřené otázky, ve kterých rodiče popisovali mediální návyky a preference svých dětí, a také své vlastní postoje k médiím ve výchově. Podobný dotazník (s kombinací otevřených i uzavřených otázek) vyplňovali i pedagogičtí pracovníci, avšak s tím rozdílem, že se nezaměřovali na konkrétní děti, ale na to, jakým způsobem oni sami média ve školce používají a jaký postoj k nim zaujímají. Poslední součástí výzkumu byl dotazník s uzavřenými otázkami, ve kterém pedagogičtí pracovníci hodnotili děti ve čtyřech sledovaných aspektech psychomotorického vývoje – verbální vyjadřování, porozumění, jemná motorika a pozornost. Tyto dotazníky byly posléze srovnány s údaji od rodičů, o tom, kolik času děti s médii tráví a s preferencemi samotných dětí. Jak kvalitativní, tak kvantitativní údaje byly následně zpracovány obsahovou analýzou.

Práce je rozdělena do tří hlavních částí, tj. teoretická část, metodologie a praktická část. V první části se snažím teoreticky nastínit vztah mezi dětmi a médii. Nejprve je věnována pozornost zahraničnímu a českému výzkumu v této oblasti. Následně je stručně nastíněn

český mediální kontext a rozvoj nových platforem typu Netflix, YouTube apod. Poté je věnována pozornost psychomotorickému obrazu dítěte v předškolním věku. Dále jsou představeny některé základní teoretické koncepty týkající se vztahu dětí a médií zahrnující sociálně-kognitivní teorii, kultivační teorii a teorii gratifikace. Jsou představeny i teoretické přístupy jakým nahlížet na dětského diváka nebo také teoretické přístupy týkající se výchovy dětí v digitálním světě. Poslední část teoretické práce se zabývá významem mediální výchovy a mediální gramotnosti. Následuje metodologická část, ve které detailně srovnávám podobu současného výzkumu s Luštincovým, nastiňuji zkoumané otázky a hypotézy, vysvětluji postup, jakým jsem zvolila vzorek, jaká je struktura výzkumu a podrobně rozepisují veškeré použité metody, a též jakým způsobem byla data analyzovaná. Praktická část práce je rozdělena do sedmi tematických celků, kde jsou formulovány závěry z různých použitých metod zkoumající stejná témata. Konkrétně se jedná o tato témata: mediální povědomí, mediální preference, používání médií, konzumované mediální obsahy, postoje k médiím ve výchově, výsledky hodnocení pedagogických pracovníků a srovnání výsledků s předchozím výzkumem. V kapitole *Mediální povědomí* jsou shrnuty výsledky výzkumu zkoumající, jak děti daná média znají a nakolik jsou si vědomy jejich funkcí. V kapitole *Mediální preference* jsou představeny výsledky toho, jak si daná média mezi dětmi vedou, co se oblíby týče. Další kapitola *Používání médií* se zkoumá, jakým způsobem děti daná média používají. Kapitola *Konzumované obsahy* se zabývá tím, jaké mediální obsahy děti nejčastěji konzumují. Kapitola *Postoje k médiím ve výchově* shrnuje, jaké jsou postoje rodičů a pedagogických pracovníků k médiím ve výchově a zda média nějakým způsobem omezují či nikoliv. Kapitola *Výsledky hodnocení pedagogických pracovníků* srovnává preferenci jednotlivých médií mezi dětmi a čas strávený na těchto médiích s výsledky hodnocení pedagogických pracovníků. Poslední kapitola *Srovnání s předchozím výzkumem* porovnává výsledky tohoto výzkumu s výzkumem provedeným v roce 2010.

Na závěr bych ráda zmínila důvody, které mě vedly k volbě tématu a k rozhodnutí navázat na Luštincův výzkum. Jsem příznivcem kontinuity výzkumu, líbí se mi představa, že můj výzkum nestojí sám o sobě, ale rozšiřuje výzkum stávající. Další výhodou tohoto postupu je možnost poučit se z chyb předchůdce, protože když se něco zkoumá poprvé, vždy se zpětně objeví věci, které bylo možné udělat lépe. Zároveň tento způsob umožňuje efektivně použít již ověřené metody. K volbě tématu mě však vedly i osobní důvody. Jsem absolventkou střední pedagogické školy a v mateřské škole jsem v minulosti krátce pracovala. Téma

předškolních dětí a médií mi bylo blízké už tehdy, a jsem ráda, že jsem se mu mohla v rámci diplomové práce podrobně věnovat.

Použitá literatura

Ve své práci jsem používala celou řadu zdrojů, at' už českých, tak zahraničních. Ráda bych představila ty nejvýznamnější z nich. Nejdůležitějším výchozím bodem byla diplomová práce Ondřeje Luštince *Mediální návyky předškolních dětí ve věku 5-6 let* z roku 2010, okrajově jsem též zkoumala jeho disertační práci z roku 2015 *Mediální návyky předškolních dětí. Porovnání preferencí dívek a chlapců*.⁹ Co se týče odborných publikací, čerpala jsem především z publikací, které se obsáhle věnují dětem a médiím, konkrétně z *Handbook of Children and the Media* od Dorothy G. a Jerome L. Singerových z roku 2012 a *The Handbook of Children, Media, and Development* z roku 2008 Sandry L. Calvert a Barbary J. Wilson. Obě publikace komplexním způsobem mapují vztah dětí a médií a přinášejí celou řadu praktických poznatků, ale též teoretické ukotvení této oblasti. Rovněž jsem pracovala s knihami zaměřenými na vztah dětí a digitálních médií, např. kniha autorek S. Livingstone a A. Bloom-Ross *Parenting for a Digital Future: How Hopes and Fears about Technology Shape Children's Lives* z roku 2020, která se zabývá rodičovstvím v digitální éře. V průběhu práce jsem používala také české publikace týkající se převážně digitálních médií, například publikace z roku 2019 *Dítě v síti: manuál pro rodiče a učitele, kteří chtějí rozumět digitálnímu světu mladé generace*, od Daniela Dočekala a kolektivu, která zkoumá jak pozitiva, tak negativa digitálních médií ve výchově a nabízí různé přístupy, jak s nimi ve výchově pracovat. Dále kniha z roku 2020 *Zdravé dětství ve světě digitálních médií: informace a inspirace pro rodiče a všechny, kdo pracují s dětmi a mládeží*, která se věnuje především rizikům spojenými s používáním digitálních médií, ale rovněž seznamuje s různými teoretickými přístupy, které se týkají rodičovství v digitální době. Dále jsem čerpala z knih o psychologii dítěte a psychologii obecně, například z knihy *Psychologie Atkinsonové a Hilgarda*, přepracované vydání z roku 2012, která je považována za základní příručku psychologie, ale též z českých zdrojů, např. *Psychologie pro učitele* Jana Čápa a Jiřího Mareše z roku 2007, *Vývojová psychologie: proměny lidské psychiky od početí po smrt* od Kateřiny Thorové. V neposlední řadě jsem čerpala z celé řady zahraničních článků týkající se používání médií v mateřské školce, dopadů používání nových médií a televize u malých dětí, teorií dětí a médií atd.

⁹ LUŠTINEC, Ondřej. *Mediální návyky předškolních dětí. Porovnání preferencí dívek a chlapců*.

Vztah práce k tezím

Mezi sepsáním tezí a dokončením diplomové práce uplynuly bezmála dva roky. Řada původních záměrů za tuto dobu prošla mírnou revizí, neboť si člověk při hlubším zkoumání dané problematiky uvědomí některé problematické aspekty, kterých si předtím nevšiml a nachází jiná řešení. Jádro výzkumu však zůstává zachováno.

Práce byla od začátku koncipována jako navazující výzkum, s cílem zmapovat mediální návyky, preference a povědomí dětí. Dále bylo záměrem odpovědět na některé z otázek z předchozího výzkumu, tj. jaké místo zaujímají média v životě dětí ve věku 5-6 let, zda jsou u těchto dětí oblíbenější klasická média nebo nová média a zda a jakým způsobem se změnil mediální návyky dětí od předchozího výzkumu. Vzhledem k tomu, že se jedná o navazující výzkum, jsem chtěla odpovědět na podobné otázky a hypotézy jako Luštinec. Ale protože jsem nakonec pojala výzkum trochu jiným způsobem, bylo třeba přeformulovat některé původní otázky a hypotézy.

Obecná otázka „*Jaké místo zaujímají média v životě dětí?*“ byla přeformulována tak, aby lépe odpovídala záměrům mého výzkumu, konkrétně: „*Jaké jsou mediální preference dětí?*“ Učinila jsem tak z toho důvodu, že jsem ve výzkumu upustila od otázek nemediálního typu, které v práci kladl Luštinec („*Co děláš, když přijdeš domů ze školky?*“) a zaměřila se výhradně na otázky týkající se médií. Díky tomu jsem sice získala více informací o mediálních návycích dětí, ale výrazně se tím ztížila odpověď na to, jaké místo v životě dětí média vlastně zaujímají, protože tyto informace nebylo možné srovnat s jinými informacemi o životě dětí. Otázka, zda jsou u dětí oblíbenější klasická média nebo ta nová byla přepracována jen mírně. Spíše než rozdělení klasická a nová média jsem v práci používala rozdělení vizuální elektronická média a zbývající média (kniha, časopis, rádio), a to z toho důvodu, že na vizuálních elektronických médiích lze konzumovat prakticky totožné mediální obsahy, ať už se jedná o sledování filmů, pořadů, nebo hraní her, a proto se zdá smysluplnější na daná média nahlížet jako na stejnou kategorii. V práci jsem navíc zkoumala, zda jsou používání a obliba vizuálních elektronických médií spojeny s horšími výsledky ve sledovaných oblastech. Na základě uvedených údajů je v textu možné nalézt odpověď i na původní otázku, ale já se zaměřila primárně na druhý uvedený typ dělení.

Dále jsem chtěla hledat odpověď na otázku, zda se od minulého výzkumu změnil mediální

návyky dětí, a pokud ano, jakým způsobem. Tato otázka zůstala bez jakékoliv změny. Otázka, zda pedagogičtí pracovníci spatřují v posledních deseti letech (s ohledem na rozmach digitálních médií) změny u dětí v behaviorální/sociální/kognitivní oblasti, byla pozměněna tak, aby byla zajištěna větší objektivita výsledků. Výzkumná otázka byla přeformulována do hypotézy, že vyšší obliba a čas strávený u vizuálních elektronických médií bude spjat s horšími výsledky ve sledovaných oblastech, a že obliba a častější používání tištěných médií bude naopak spojeno s lepšími výsledky, a dále do otázky, jaké jsou osobní postoje pedagogických pracovníků k médiím ve výchově. Takto byla získána nezaujatější data, protože pedagogičtí pracovníci neznali objektivní důvod, proč mají děti ve sledovaných oblastech hodnotit. Otázka týkající se jejich osobních postojů k médiím byla lépe a objektivněji formulována, a na rozdíl od předchozí otázky nezbuzovala v pedagogických pracovnících pocit, že od nich výzkumník očekává určitou odpověď. Přesto, aniž by na to pedagogičtí pracovníci byli konkrétně dotazováni, někteří z nich určité změny v těchto oblastech uvedli.

Ve formulovaných hypotézách byly vypuštěny mediální návyky rodičů, namísto toho byly zjišťovány jejich postoje k médiím ve výchově, a to, zda média omezují, protože tyto otázky se ukázaly být pro výzkum relevantnější. Navíc byla větší šance, že na tuto otázku rodiče odpoví upřímně. Otázka, že děti budou preferovat mobily oproti ostatním aktivitám a že na nich budou děti trávit více času než v předchozím výzkumu, byla přeformulována do hypotézy, že děti budou preferovat vizuální elektronická média obecně a že s nimi budou trávit více času než v roce 2010.

Hypotéza, že děti, které tráví více času u vizuálních elektronických médií, budou častěji vyžadovat pomoc logopeda, byla přepracována, neboť ne všechny děti, které mají řečové problémy, k logopedovi dochází. Tím by se mohly zkreslit výsledky. Nakonec jsem se rozhodla soustředit na více oblastí dětského psychomotorického vývoje – verbální vyjadřování, porozumění, jemná motorika a pozornost, které pedagogičtí pracovníci u dětí hodnotili. Hypotéza týkající se docházky do soukromé školky, a s tím spojeným nižším časem dětí stráveným na elektronických vizuálních médiích, byla vypuštěna. Původní idea spočívala v tom, že rodiče, kteří jsou ochotni platit vysoké částky za předškolní docházku svých dětí, budou pro své děti preferovat jiné druhy aktivit, např. různé kroužky apod. Tato hypotéza ovšem nemohla být zkoumána, neboť žádná z oslovených soukromých školek neprojevila zájem o spolupráci.

Je tedy patrné, že některé hypotézy a výzkumné otázky byly v průběhu procesu pozměněny a přeformulovány. Některé otázky byly přidány navíc, jiné byly, kvůli nízké relevanci nebo nemožnosti zkoumání, vyškrtnuty. Jádro a cíl výzkumu však zůstávají beze změny, stejně jako použité metody a předpokládaná struktura práce, která však byla výrazně rozšířena.

Vymezení terminologie

Výzkum zkoumá média ve vztahu k dětem. Ve své práci se zaměřuji na skupinu dětí ve věku 5 až 6 let. Jedná se o skupinu dětí, která je spolu s 3letými a 4letými dětmi většinou vývojových psychologů řazena do kategorie předškolních dětí. Někteří teoretici vývojové psychologie toto evoluční stádium ohraničují jinak, kdy nejspodnější hranicí jsou 2 roky, zatímco nejvyšší hranice je 7 let věku. Toto rozdílné členění je důsledkem odlišného věku, ve kterém děti v různých zemích zahajují školní docházku. Ve státech jako je například Velká Británie a Nizozemsko zahajují děti školní docházku v 5 letech, zatímco v zemích jako Švédsko a Finsko v 7 letech.¹⁰ Ve své práci vycházím z klasifikace předškolních dětí, která je charakteristická pro naše zeměpisné šířky.

Mladší děti předškolního věku (3leté a 4leté) ve svém výzkumu vynechávám. Činím tomu tak z toho důvodu, že navazuji na Luštincův výzkum. Dalším důvodem je to, že vývoj dítěte v předškolním věku probíhá nesmírně dynamicky. Rozdíly mezi nejmladšími a nejstaršími předškolními dětmi jsou zcela zásadní. Vymezení zkoumané skupiny na starší předškolní děti se jeví jako rozumný kompromis. Pakliže ve výzkumu hovořím o dětech, myslím tím děti mezi 5-6 lety, které dosud nezačaly školní docházku.

Ve své práci dále pracuji s pojmem *médium*. Slovo pochází z latiny a v širším chápání nabývá významů prostředník, prostředek či zprostředkující činitel.¹¹

Média je možné na primární, sekundární, terciální a kvartární:

- primární média: základní komunikační prostředek, nepřekračuje hranice místa a času, vývojově nejstarší, zahrnuje přirozený jazyk a veškeré prostředky nonverbální komunikace;

¹⁰ OPRAVILOVÁ, Eva. *Předškolní pedagogika*. s. 170.

¹¹ JIRÁK, Jan a Barbara KÖPPOVÁ. *Masová média*. s. 31-32.

- sekundární média: technická podpora primárních médií sloužící převážně k interpersonální komunikaci, zaznamenávají sdělení, umožňují překonat hranici místa a času, zahrnují např.: obrazy (jeskynní malby apod.), písmo, tisk, ale též digitální média (např. telefon umožňující poslat SMS);
- terciární média: dokáží dostat informaci z centra k více příjemcům, patří sem zejména masová média, rozhlasové a televizní vysílání;
- kvartární (síťová) média: umožňují jak interpersonální komunikaci (např.: e-mail), ale i masovou komunikaci (zpravodajské portály apod.). Rozvoj umožněn technologickým prostředím počítačových sítí, které umožňují využívat prostředky sekundárních a terciárních médií na technické platformě napojené na moderní telefonní síť, která využívá digitalizovaný signál.¹²

Ve své práci pracuji s celou řadou médií z výše uvedených kategorií, ať už se jedná o média tradiční či nová.

1. Teoretická část

1. 1 Děti a média – shrnutí dosavadního výzkumu

Cílem této kapitoly je shrnout dosavadní výzkum problematiky jak v českém, tak v zahraničním prostředí. Vzhledem k tomu, že navazují na výzkum z roku 2010, reflektují proto výzkumy a publikace realizované po tomto datu.

1. 1. 1 Zahraniční výzkum

Existují odborníci, kteří jsou k digitálním médiím silně kritičtí. Jedním z nich je německý neurovědec Manfred Spitzer. Ten se zabývá fenoménem, který nazývá digitální demenci.¹³ Tento termín má původ v Jižní Koreji, kde je závislost na internetu a digitálních technologiích vážným problémem.¹⁴ Jedná se o výraz, popisující narušení psychických procesů u jedinců nadužívajících digitální média.¹⁵ Spitzer tento termín zpopularizoval svou knihou z roku 2014, *Digitální demence. Jak připravujeme sami sebe a naše děti o rozum*. V této ostře kritizuje digitální média a opírá se při tom o poznatky z neurovědy.¹⁶ Spitzer reprezentuje tu

¹² Ibid. s. 32-33.

¹³ SANDU, Antonio a Polixenia NISTOR. Digital Dementia. s. 2.

¹⁴ DOSSEY, Larry. FOMO, Digital Dementia, and Our Dangerous Experiment. s. 70.

¹⁵ SANDU a NISTOR. Digital Dementia. s. 2.

¹⁶ SPITZER, Manfred. *Digitální demence: Jak připravujeme sami sebe a naše děti o rozum*. s. 200.

část odborné veřejnosti, která před digitálními technologiemi varuje. Jeho vyhraněný postoj může být některými vnímán jako kontroverzní. Jeho kniha je však významným příspěvkem do diskuze o možných rizicích spjatými s digitálními technologiemi.

Výraznou roli ve formování mediálních návyků dětí hrají mediální návyky rodičů, neboť děti rodiče ve svém chování napodobují.¹⁷ S nástupem digitálních technologií, potažmo přenosných digitálních technologií, získala tato problematika novou dimenzi. Podle americké studie z roku 2011, která zkoumala dobu strávenou u obrazovek u rodičů dětí ve věku 8 až 18 let se ukázalo, že rodiče tráví u obrazovek zhruba 9 hodin denně, přičemž větší část u obrazovek strávili nikoliv pracovně, ale ve svém volném čase.¹⁸ Americká psychologka Catherine Steiner-Adair a novinářka Teresa Barker vyzpovídaly více než tisíc dětí ve věku 4 až 18 let a ptaly se jich, jak vnímají, že jejich rodiče používají digitální média. Většina dětí uvedla, že se cítí frustrované, unavené, naštvané či smutné, když musí o pozornost svých rodičů soupeřit s digitálními médii.¹⁹ Několik amerických pediatrik vyjádřilo obavu, že instantně dostupná zábava, kterou tato média rodičům poskytují, může snížit čas, který rodič věnuje svému dítěti.²⁰ Podobnému tématu se v roce 2021 věnovali švýcarští psychologové, kteří vytvořili systematický přehled dostupné literatury mapující vliv rodičovského používání chytrého mobilního telefonu na rodičovskou vnímavost vůči dítěti a dopady tohoto jednání na dětskou psychiku. Ve svém výzkumu upozornili na to, že rodičovské používání digitálních médií v přítomnosti malých dětí může snižovat citlivost a schopnost rodičů adekvátně reagovat na potřeby dítěte. V tomto ohledu je nutné zdůraznit, že se jedná o relativně nové téma, u něhož chybí longitudinální výzkum.²¹

Jiní odborníci na danou problematiku, např. Vera King nebo David Sbarra, se domnívají, že pokud se člověk věnuje digitálním technologiím, je sice fyzicky přítomný, ale duševně nikoliv. Jeho pozornost je digitálními médii neustále narušována. Podobný fenomén popsal už v roce 2002 americký sociální psycholog Kenneth J. Gergen a popsal jej jako „*absent*

¹⁷ ČÁP, Jan a Jiří MAREŠ. *Psychologie pro učitele*. s. 227.

¹⁸ BEAMISH, Nicola, Jane FISHER a Heather ROWE. Parents' use of mobile computing devices, caregiving and the social and emotional development of children: a systematic review of the evidence. s. 1.

¹⁹ BRAUNE-KRICKAU, Katrin a et al. Smartphones in the nursery: Parental smartphone use and parental sensitivity and responsiveness within parent-child interaction in early childhood (0-5 years): A scoping review. s. 162.

²⁰ RADESKY, Jenny S., Jayna SCHUMACHER a Barry ZUCKERMAN. Mobile and Interactive Media Use by Young Children: The Good, the Bad, and the Unknown. s. 2.

²¹ BRAUNE-KRICKAU et al. Smartphones in the Nursery, s. 162.

presence“ (nepřítomná účast).²² Někteří odborníci v této souvislosti používají termín „*digital distraction*“ (digitální vyrušení).²³

Zajímavý výzkum proběhl v roce 2012 ve Spojených státech. Tento výzkum se snažil zmapovat, zda existuje příčinná souvislost mezi sledováním televize a rozvojem exekutivních funkcí u předškolních dětí.²⁴ Exekutivní funkce lidem umožňují celou řadu věcí, například přemýšlet, soustředit se, nejednat impulzivně a bez rozmyslu, odolávat pokušení apod. Souvisí s pracovní pamětí, kreativním přemýšlením a schopností přizpůsobit se novým podmínkám.²⁵ Tento výzkum se inspiroval výzkumem z roku 2010²⁶, který zjistil, že exekutivní funkce dětí, které byly ve věku jednoho roku ve zvýšené míře vystaveny televiznímu vysílání zaměřeného na dospělé diváky, byly ve věku 4 let výrazně nižší než u jejich vrstevníků.²⁷ Další výzkum z roku 2011 zkoumal okamžité dopady na výkonné funkce 4letých dětí při sledování pohádky s prudkými změnami děje. Následně je porovnával s dětmi, které sledovaly vzdělávací pohádku nebo si malovaly. Ukázalo se, že děti, které sledovaly pohádku s rychlým sledem vykazovaly hned po experimentu horší výsledky v oblasti exekutivních funkcí.²⁸ To však mohlo být způsobeno tím, že sledování takové pohádky je pro dětský mozek náročné a vyčerpávající, proto se mohou jeho funkce projevat hůře. Výzkumu se účastnilo 107 předškolních dětí, jejichž rodiče vyplnili dotazníky. Mezi sledovaná data patřily informace o tom, jak jsou děti televizi vystaveny (ať přímo či nepřímo), dále na jaké pořady se děti dívají a v jakém věku začaly televizi sledovat. Ukázalo se, že děti s nižším počtem nasledovaných hodin (ať již pasivních či aktivních) vykazovaly lepší výsledky než děti, které sledovaly televizi více, stejně tak jako děti, které začaly televizi sledovat v pozdějším věku. Autoři to vysvětlují tím, že televizní vysílání přináší rychlou a okamžitou zábavu, která se snadno konzumuje a nevyžaduje přílišné zapojení exekutivních funkcí. Dítě, které tuto zábavu konzumuje nemá příliš možností k vlastnímu uvažování, neboť musí věnovat pozornost ději na obrazovce. Autoři se na základě toho domnívají, že sledování televize znemožňuje dětem rozvíjet schopnosti klíčové

²² Ibid.

²³ CHEN et al., Singapore Parents' Use of Digital Devices, s. 240.

²⁴ NATHANSON, Amy I. a et al. The Relation Between Television Exposure and Executive Function Among Preschoolers. s. 1497.

²⁵ DIAMOND, Adele. Executive Functions. s. 135.

²⁶ BARR, Rachel a et al. Infant and Early Childhood Exposure to Adult-Directed and Child-Directed Television Programming: Relations with Cognitive Skills at Age Four.

²⁷ NATHANSON et al. The Relation Between Television Exposure. s. 1498.

²⁸ LILLARD, Angeline S. a Jennifer PETERSON. The Immediate Impact of Different Types of Television on Young Children's Executive Function. 644.

pro exekutivní funkce (např.: alokace pozornosti, pružnost myšlení a pracovní paměť). Na druhou stranu dodávají, že mezi těmito fenomény nelze prokázat příčinnou souvislost a je třeba podrobit tyto poznatky dalšímu výzkumu.²⁹

1. 1. 2 Český výzkum

V českém prostředí vznikla v nedávné době celá řada závěrečných prací zaměřených na problematiku dětí a médií. Tato práce navazuje na diplomovou práci Ondřeje Luštince z roku 2010 zabývající se mediálními návyky 5 a 6letých dětí a dále na jeho dizertační práci z roku 2014 na stejné téma se zaměřením na rozdíly mezi mediálními preferencemi mezi chlapci a dívkami. Ve své práci z roku 2010 se snažil zjistit, jaké místo zaujímají média v životě dětí. Zaměřoval se také na rozdíly mezi jednotlivými školkami, kdy se například ukázalo, že děti v církevní školce preferují knihy více než ostatní děti. Součástí výzkumu byl rovněž experiment, při kterém děti spouštěly notebook a ukázalo se, že 57 % z nich dokázalo správně identifikovat internetový prohlížeč, což vyžaduje určitou dávku mediální gramotnosti.³⁰ V Luštinově navazujícím výzkumu z roku 2014 se ukázalo, že chlapci a dívky nemají výrazné rozdíly preferencí týkající se jednotlivých médií, ale spíše obsahu, kdy si chlapci v porovnání s dívkami častěji vybírají akční počítačovou hru v porovnání s televizním pořadem.³¹

Barbora Neuwirthová je autorkou dizertační práce z roku 2015 s názvem *Život dětí s médii a v médiích*. Ve své práci se zaměřuje na děti ve věku 11-15 let a přináší etnografický popis toho, jak dětem digitální média ovlivňují život a jakým způsobem k nim přistupují ony samotné. Ve své práci přináší zjištění, že média jsou pro děti jak nástrojem, tak prostředím k realizaci života a že přístupy dětí k médiím jsou značně individuální, tedy že každé k nim přistupuje odlišně na základě vlastních osobních preferencí. Všímá si také tvořivého potenciálu médií, kdy mohou děti jejich prostřednictvím vytvářet vlastní obsah. Všímá si také role, kterou média sehrávají v rámci socializace, neboť děti čelí určitému tlaku na to, aby zapadly do kolektivu.³²

Za zmínku rovněž stojí bakalářská práce Tomáše Myšáka z roku 2020 *Rodič a jeho dítě do 10 let ve vztahu k novým technologiím*, ve které se zabýval vlivem digitálních médií na děti

²⁹ NATHANSON et al. The Relation Between Television Exposure. s. 1497-1503.

³⁰ LUŠTINEC, Mediální návyky dětí, s. 68-69.

³¹ Ibid, s. 99.

³² NEUWIRTHOVÁ, Barbora. Život dětí s médii a v médiích. s. 177

a rodiče a mediální gramotností. Ve svém výzkumu zjistil, že mladí rodiče jsou často „technologickými optimisty,“ kteří dávají svým dětem (např. dvouletým) do ruky mobil a vnímají to spíše pozitivně, jako budování mediálních kompetencí. Myšák ve své práci také uvádí, že si rodiče jsou často vědomi možných rizik digitálního světa, ale že jen polovina z nich své děti před těmito riziky aktivně ochraňuje.³³

Jana Hadrboľcová v roce 2021 zpracovala diplomovou práci *Média jako nástroj rodičů ve výchově svých dětí*, přičemž se ve své práci primárně soustředila na téma rodičovské mediace daných médií a změnami způsobené pandemií COVID-19. Ve svém výzkumu zjistila, že rodiče používají nová média tehdy, když potřebují dítě zabavit, ale také je používají v rámci výchovy, např. jako odměnu za dobré chování.³⁴

1. 2 Český mediální kontext a streamovací platformy

Následující kapitola stručně přibližuje některé statistiky týkající se českého mediálního kontextu a streamovacích platform. Konkrétně jsou zmíněny statistiky týkající se rádia, novin a časopisů a televize. Většina těchto statistik není zaměřená primárně na děti, ale díky komunikaci s Asociací televizních organizací (ATO) byla získána data se zaměřením na diváky v předškolním věku. Je věnována pozornost i streamovacím platformám, které jsou stále oblíbenější. V těchto případech bohužel neexistují oficiální statistiky daných platform, které by přinášely informace o tom, jak jsou využívány v ČR.

1. 2. 1 Tištěná média – noviny a časopisy

Ačkoliv jsou digitální média běžnou součástí každodenního života, stále přetrvává významná role tisku, který podle Unie vydavatelů zasahuje 80 % obyvatelstva. Nejčtenějšími celostátními deníky roku 2022 byly Blesk, který si denně přečetlo 647 000 lidí, MF DNES se 407 000 čtenáři a deník Sport se 177 000 čtenáři. Čtenost deníku Blesk a MF DNES se významně zvyšuje v dny, kdy je součástí vydání televizní program, tj. Blesk magazin TV s 811 000 čtenáři, druhým nejprodávanějším programem je TV magazin s 690 000 čtenáři a Magazin Dnes + TV s 464 000 čtenáři. Populární je též bezplatný deník Metro, který má 321 000 čtenářů. Kromě toho jsou též oblíbené časopisy, nejčastěji společenské, křížovky, samostatné televizní programy a časopisy zaměřené na životní styl žen. Nejoblíbenějšími časopisy celkově jsou Nedělní Blesk s 419 000 čtenáři, Blesk pro ženy

³³ MYŠÁK, Tomáš. Rodič a jeho dítě do 10 let ve vztahu k novým technologiím. s. 35-36.

³⁴ HADRBOĽCOVÁ, Jana. Média jako nástroj rodičů ve výchově dítěte. s. 9-10.

(364 000), Rytmus života (344 000), Chvilka pro tebe (303 000). Epocha (320 000) a Žena a život (237 000). V rámci této statistiky byl zahrnut pouze jeden časopis určený pro děti a mládež – ABC (142 000 čtenářů), a to primárně z toho důvodu, že výzkum byl realizován mezi čtenáři starší 12 let.³⁵

1. 2. 2 Rozhlas

Stejně tak je stále významná pozice rozhlasu. Podle údajů z výzkumu Radioprojekt 2022 realizovaný společnostmi Stem/Mark, Median a Nielsen Admosphere SKMO byla v druhé polovině roku 2022 nejoblíbenější stanice Český rozhlas Radiožurnál, kterou poslouchá 871 000 posluchačů denně, dále rádio Impuls (720 000), Evropa 2 (649 000), Rádio Blaník (645 000). Nejposlouchanějším rádiem zaměřeným na děti a mládež je Rádio Junior se 3 000 posluchači denně.³⁶

1. 2. 3 Televize

V rámci e-mailové korespondence s paní Hanou Havlíčkovou, která je analytičkou a tajemnicí ATO, byly získány tabulky s konkrétními údaji týkající se sledování televizního vysílání 5-6letými dětmi a s tím i souhlas tyto údaje v rámci práce použít. Zdaleka nejpobulárnější stanicí mezi diváky tohoto věku je ČT :D,³⁷ kterou je možné znát pod názvem Děčko a které vysílá od roku 2013.³⁸ Jedná se o stanici České televize, jejíž tvorba je zaměřená výlučně na diváky ve věku 4-12 let, přičemž doba vysílání pro dané skupiny se různí. Pořady pro předškoláky a mladší školáky jsou vysílány v první polovině dne, zatímco pořady pro větší děti jsou vysílány v druhé polovině dne. Podle České televize se jedná o záměr, aby děti neseděly u televize celý den. Doba vysílání je od 6 hodin ráno do 20 hodin. V rámci této doby jsou vysílány pohádky, soutěžní, zábavné a vzdělávací pořady pro děti, ale také třeba zprávy pro děti.³⁹

Podle údajů poskytnutých ATO byly za posledních 5 let u dětí mezi 4-14 lety nejoblíbenější středovečerní pohádky, například Tajemství staré bambitky 2 z roku 2022, Jak si nevzít

³⁵ Základní výsledky čtenosti titulů za 1. až 4. čtvrtletí 2022. Dostupné z:

<http://www.unievydavatelu.cz/cs/unievydavatelu/medialnidata/vyzkumctenosti>.

³⁶ RP 2022: 3. a 4. kvartál: Tisková zpráva. Dostupné z: https://www.median.eu/cs/?page_id=37.

³⁷ HAVLÍČKOVÁ, Hana. *Sledovanost televizních stanic* [e-mail]. Message to: Vendula Knejřlová. 28.04.2023 [28.04.2023]. Osobní komunikace.

³⁸ Česká televize nabídne dětské pořady pouze na kanálu Děčko, z ČT2 zmizí. Dostupné z: <https://digital.rozhlas.cz/ceska-televize-nabidne-detske-porady-pouze-na-kanalu-decko-z-ct2-zmizi-8494647>.

³⁹ Co je ČT :D. Dostupné z: <https://www.ceskatelevize.cz/decko-pro-rodice/uvod/>.

princeznu z roku 2021 nebo O vánoční hvězdě z roku 2020. Štědrovečerní pohádky si za posledních pět let pustilo přibližně 310 000 až 390 000 diváky v tomto věku. Dále jsou mezi nimi oblíbené i ostatní pohádky, například Anděl Páně, Tři oříšky pro Popelku, Lotrando a Zubejda apod. Oblíbené byly též filmy pro děti a mládež ze zahraniční produkce, např. Sám doma nebo série filmů o Harry Potterovi. Děti mezi 4-14 lety ale také sledují pořady a filmy určené spíše pro dospělé publikum, např. Stardance nebo Pelišky. U dětí mezi 5-6 lety jsou oblíbenější spíše kratší animované pohádky a pořady pro děti. V posledních pěti letech to byly například Lví hlídka, Jake a piráti ze Země Nezemě, SUPERJÁ, Elena z Avaloru, Sofie první, Mickey a závodníci, Vampirina, ale i české pohádky, např. O skřítku Racohejlovi, Bubáci a hastrmani, Rákosníček a jeho rybník, Vynálezce Alva, apod.⁴⁰

1. 2. 4 Streamovací platformy

V poslední době se do popředí dostávají streamovací platformy, které umožňují uživatelům sledovat nebo poslouchat streamovaný obsah v reálném čase. Populární streamovací platformou je například YouTube, který je po Google druhou nejčastěji navštěvovanou webovou stránkou a zároveň jeho dceřinou společností. V České republice je v provozu již od roku 2008.⁴¹ K vysoké popularitě YouTube přispěla v nedávné době také pandemie koronaviru, díky které YouTube objevili lidé, kteří by mu jindy nevěnovali pozornost.⁴² Mezi nejúspěšnější české kanály patří např. FIZIstyle s youtuberem „Fizim“, který orientuje svou tvorbu zejména na mladší diváky, ačkoliv je často kritizován, že svým chováním ve videím nedává dětem dobrý příklad.⁴³ Dále například kanál Kovy, kde se Karel Kovář věnuje satirickým a vzdělávacím videím,⁴⁴ nebo kanál Stejk Jakuba Steklého, který se zaměřuje na zábavná videa pro teenagery a dospívající.⁴⁵

V České republice je dostupná celá řada streamovacích služeb. Nejpopulárnější z nich je Netflix, který je v ČR oficiálně dostupný od roku 2019 a který si předplácí asi 600 000 lidí. Populární českou streamovací službou je Voyo. Voyo své diváky láká pořady a seriály

⁴⁰ HAVLÍČKOVÁ. *Sledovanost televizních stanic*.

⁴¹ YouTube. Dostupné z: <https://www.aktualne.cz/wiki/zahranici/youtube/r~i:wiki:1147/>.

⁴² ŠMÍD, Darek. Češi, národ piva a YouTubu. Už přes třicet českých kanálů má milion odběratelů. Dostupné z: <https://forbes.cz/cesi-narod-piva-a-youtubu-uz-pres-tricet-ceskych-kanalu-ma-milion-odberatelu>

⁴³ FIZIstyle. Dostupné z: <https://forbes.cz/lists/nejlepe-placeni-youtuberi-2022/nejvydelecejsi-youtuberi-ceska-2022/1-fizistyle/>.

⁴⁴ Kovy. Dostupné z: <https://forbes.cz/lists/nejlepe-placeni-youtuberi-2022/nejvydelecejsi-youtuberi-ceska-2022/8-kovy/>.

⁴⁵ SKALNÍKOVÁ, Kristýna. Youtuber Stejk: Už jsem na sebe prásknul i to, co nevím. Dostupné z: <https://www.novinky.cz/clanek/muzi-youtuber-stejk-uz-jsem-na-sebe-prasknul-i-to-co-nevim-40421749>

produkce TV Nova a také širokou nabídkou filmů v češtině nebo s českými titulky. Další oblíbenou platformou je HBO Max, který si v ČR předplácí 300 000 lidí. HBO Max je pro diváky atraktivní především díky slavným seriálům a filmům vlastní produkce, jako je například Hra o trůny. Poslední platformou, kterou je třeba zmínit, je Disney+, který přišel do ČR teprve v roce 2022, ale i tak se těší popularitě a 200 000 předplatitelům. Tato služba je populární zejména díky obsahu pro dětské diváky, ale i pro svou tvorbu pro dospělé.⁴⁶

1. 3 Psychomotorický obraz předškolního dítěte

Období předškolního věku je jedním z klíčových období pro vývoj dítěte. Ukazuje se, že děti, které mají v průběhu školního vzdělávání prospěchové obtíže, měly často zhoršené podmínky právě v předškolním období. Dítě mělo například málo podnětů k rozvíjení svých kognitivních dovedností a kvůli tomu se mu potom hůře vedlo ve škole.⁴⁷ Francouzský psycholog Jean Piaget přišel s teorií, že se vývoj dítěte dělí do jasně ohraničených vývojových stádií. Tato vývojová stádia však nemohou být aplikována na všechny děti, protože existují kulturní rozdíly, rozdíly v inteligenci apod. Přesto se jedná o uznávaný a obecně aplikovaný model. Předškolní dítě se podle tohoto modelu nachází v předoperačním stádiu, totiž v době, kdy ještě nechápe všechna pravidla k realizování správných myšlenkových operací.⁴⁸

1. 3. 1 Myšlení a vnímání předškolního dítěte

Pro myšlení dítěte předškolního věku jsou charakteristické některé rysy. Jedním z nich je egocentričnost. Dítě se ve svém chápání světa projevuje sebestředně, nevnímá samo sebe jako jednu ze součástí světa, naopak, považuje za těžiště veškerého dění, kolem kterého se odehrává svět. Dítě tento svět vnímá prostřednictvím svých očí a svého úsudku. Ten ovšem zdaleka není přesný. Piaget hovoří o tzv. *infantilním realismu*, který je součástí tohoto období. Spočívá v tom, že dítě bezvýhradně věří správnosti svého uvažování a považuje jej za pravdivé. Jedním z rysů tohoto uvažování je *magická omnipotence*, což je víra dítěte, že ovlivňuje svět kolem sebe nebo *animismus*, při kterém se dítě domnívá, že neživé objekty mají stejné pocity jako má ono samo.⁴⁹

⁴⁶ ROSA, Tomáš. Jakou streamovací službu si vybrat? Nerozvážnost může přijít i na 28 tisíc ročně. Dostupné z: <https://www.denik.cz/autor/tomas-rosa-5281.html>.

⁴⁷ ČÁP a MAREŠ. *Psychologie pro učitele*. s. 228.

⁴⁸ NOLEN-HOEKSEMA, Susan a et al. *Psychologie Atkinsonové a Hilgarda*. s. 104.

⁴⁹ THOROVÁ, Kateřina. *Vývojová psychologie: proměny lidské psychiky od početí po smrt*. 388.

Další z vlastností typickou pro tento věk je *fenomenismus*, který způsobuje, že se děti při hodnocení charakterových vlastností řídí vizuálním vjemem.⁵⁰ Vizuální vjemy jsou podle Piageta v tomto období dominantní.⁵¹ Pokud si například si rodič v přítomnosti dítěte nasadí strašidelnou masku, dítě se jej bude bát, ačkoliv jej předtím vidělo, jak si masku nasazuje.⁵² Předškoláci obecně věnují pozornost tomu, jak se věci jeví a nedokáží zcela postřehnout skryté aspekty příběhu. Tato vlastnost se odráží ve způsobu, jakým dítě vnímá pohádkové postavy. Dítě má tendenci hodnotit hezky vypadající pohádkové postavy jako hodné, zatímco postavy ošklivého vzezření jako zlé.⁵³ Typickým příkladem může být animovaná pohádka Příšerky s.r.o., kdy je jednou z hlavních postav strašidelně vyhlížející stvoření. Ačkoliv se jedná o postavu kladnou, může v předškolních dětech vyvolávat opačný dojem.⁵⁴

Američtí psychologové Hoffner a Cantor provedli v roce 1985 experiment, kde zkoumali, jak předškoláci vnímají kreslené postavy. Ukázali dětem kreslené postavy, přičemž ty byly buď hezké nebo ošklivé. Následně byly dětem ukázány obrazy, kdy dané postavy interagovaly s kočkou, a to nejprve přátelsky, kdy se s kočkou mazlily, a poté agresivně, kdy ji držely za kožich. Předškolní děti pak obecně hodnotily ošklivou postavu jako zlou a hezkou jako dobrou, navzdory jejich stejnému chování. Starší děti pak dokázaly snáze vytěsnit vizuální vjem a fakticky interpretovat chování postavy.⁵⁵

1. 3. 2 Komunikační dovednosti

Pro toto období je příznačný zájem o okolní svět a vyptávání se.⁵⁶ Dítě v tomto věku rádo mluví, a to jak samo pro sebe, tak s ostatními.⁵⁷ V tomto období se u dítěte zesiluje zájem o vyprávěné příběhy.⁵⁸ Dítě v tomto věku se rovněž učí říkanky, písničky a má rádo, když mu někdo předčítá.⁵⁹ V předškolním věku dochází u dítěte k hlubšímu rozvoji mluveného projevu a slovní zásoby, která nyní čítá kolem 5 000 slov (pro srovnání, 3leté dítě ovládá zhruba 1 000 slov).⁶⁰ Dítě je schopno vytvářet komplikovanější větné celky, souvětí

⁵⁰ Ibid. 388.

⁵¹ NOLEN-HOEKSEMA, et al. *Psychologie*. s. 104.

⁵² THOROVÁ. *Vývojová psychologie*. s. 388.

⁵³ SINGER, Dorothy G. a Jerome L. SINGER. *Handbook of Children and the Media*. s. 22.

⁵⁴ STRASBURGER, Victor C., Barbara J. WILSON a Amy B. JORDAN. *Children, adolescents, and the media*. s. 2.

⁵⁵ SINGER a SINGER. *Handbook of Children and the Media*, s. 22-23.

⁵⁶ THOROVÁ. *Vývojová psychologie*. s. 386.

⁵⁷ Ibid. 386-387.

⁵⁸ ČÁP a MAREŠ. *Psychologie pro učitele*. s. 226.

⁵⁹ THOROVÁ. *Vývojová psychologie*. s. 387.

⁶⁰ Ibid. 387.

souřadná a podřadná. Mezi 4. a 5. rokem dochází k prudkému zlepšení artikulace.⁶¹ Dítě zvládne vyslovit všechny hlásky, hovoří srozumitelně a bez výrazného chybování v gramatických tvarech.⁶²

Dítě rozumí pokynům a dialogům přiměřeným jeho věku. Sleduje filmy pro děti a pohádky a někdy dokáže citovat dlouhé úryvky ze svých oblíbených příběhů. Rozvíjí se též schopnost vyprávět příběhy. Dítě dokáže převyprávět příběh znázorněný na obrázku, ale i své vlastní zážitky. Takováto vyprávění však mají určité nedostatky a často obsahují *konfabulace* (z latinského *fabula* – báje), tj. nepravdivé a smyšlené informace, kterým děti věří, neboť jejich kognitivní procesy ještě nejsou zcela vyvinuté.⁶³

1. 3. 3 Dětská představivost a imaginace

Pro děti v tomto věku je charakteristická bujná představivost a tzv. „*magické myšlení*“. V představách dítěte se reálný svět střetává se světem imaginativním a rozlišit hranice mezi oběma světy bývá pro dítě obtížné. Víra v nadpřirozené či pohádkové bytosti je u dětí silná a dlouho přetrvávájí.⁶⁴ Patrné je to například u sledování televize. Zatímco malé děti ve věku 2 až 3 let nedokáží příliš rozlišit hranici mezi reálným světem a televizí, pro 4leté dítě je toto rozlišení snazší. Přesto však stále hodnotí reálně vyhlížející obrazy jako reálné. Pětileté dítě může rozumět tomu, že pohádkové postavy nejsou skutečné. Zlé a strašidelně vyhlížející postavy v nich přesto mohou vyvolávat strach.⁶⁵

V tomto věku jsou rovněž charakteristické imaginativní hry, kdy si děti představují, nějakou situaci v rámci které interagují. Podle některých výzkumů (např. Singer a Singer 1981, Valkenburg 2001) však sledování televize u dětí snižuje pravděpodobnost, že budou tyto hry hrát. Existuje několik důvodů, proč tomu tak je, jedním z nich je tzv. *displacement effect*, který způsobuje, že pokud mají děti možnost, sáhnou po jednoduché zábavě namísto vytváření imaginativních her. Dále sledování televize dítěti umožňuje realizovat se ve fantaziích vytvořených někým jiným než ve fantaziích vytvořených jím samotným. Dalším důvodem je tzv. *visualisation effect*, tj. že dítě si takto necvičí schopnost samostatného

⁶¹ LANGMEIER, Josef a Dana KREJČÍŘOVÁ. *Vývojová psychologie*. s. 88.

⁶² THOROVÁ. *Vývojová psychologie*. s. 387.

⁶³ Ibid. 387.

⁶⁴ Ibid. 388.

⁶⁵ SINGER a SINGER. *Handbook of Children and the Media*, s. 25.

vytváření obrazů v hlavě (což činí například u poslechu příběhu).⁶⁶

1. 3. 4 Učení se sociálními normám

Prostřednictvím sociálního učení dochází u dětí k osvojování norem chování. Děti si všimají, že určité chování je odměňováno a jiné trestáno. Jedná se o tzv. observační (někdy též sociální) učení kdy se děti učí prostřednictvím pozorování chování jak lidí ve svém okolí, ale i postav v příbězích (například v televizi). Na základě tohoto pak přizpůsobují své chování a dochází k postupnému vytváření autoregulačního hlasu – svědomí. Pro dítě předškolního věku je obtížné následovat normy, pakliže není přítomná dohlížející osoba. V průběhu času se to však dítě učí a na konci předškolního věku si je dítě vědomo, když překročí normu a vnímá, že se mělo zachovat jinak.⁶⁷

1. 3. 5 Jemná motorika

Dalším důležitým aspektem psychomotorického vývoje dítěte v předškolním věku je jemná motorika. Rozvinutá jemná motorika je podle některých nových výzkumů spjatá s vyšší úrovní kognitivních dovedností u dětí.⁶⁸ Rozvoj jemné motoriky je v předškolním období nesmírně důležitý, a to především v souvislosti s nástupem do školy, kdy se děti učí psát, a proto je třeba mít do určité míry rozvinutou jemnou motoriku. Tu lze rozvíjet různými způsoby, např. prací s malými předměty, rukodělnými pracemi apod. Dítě mezi 5 a 6 lety by mělo zvládnout některé činnosti, jako např.: vystříhnout z papíru nakreslený nepravidelný tvar, vybrat správnou velikost matky a našroubovat na šroub, poznat hmatem geometrické tvary, nakreslit postavu včetně detailů, při navlékání korálek střídat pravidelně 3 barvy apod.⁶⁹ Pakliže dítě tráví příliš mnoho času konzumací médií, může to být na úkor jiné činnosti, např. imaginativní hry nebo dalších aktivit,⁷⁰ což může mít dopad na psychomotoriku dítěte.

1. 4 Teoretická východiska studia dětí a médií

Cílem této kapitoly je představit několik základních teorií a konceptů ve vztahu dětí a médií

⁶⁶ CALVERT a WILSON. *The Handbook of Children and the Media*. s. 294.

⁶⁷ ČÁP a MAREŠ. *Psychologie pro učitele*. s. 227.

⁶⁸ MARTZOG, Philipp, Heidrun STOEGER a Sebastian SUGGATE. Relations between Preschool Children's Fine Motor Skills and General Cognitive Abilities. s. 1.

⁶⁹ BEDNÁŘOVÁ, Jiřina a Vlasta ŠMARDOVÁ. *Diagnostika dítěte předškolního věku: co by dítě mělo umět ve věku od 3 do 6 let*. s. 51-56.

⁷⁰ CHEN et al., Singapore Parents' Use of Digital Devices, s. 240.

a též ve vztahu k rodičům, protože ti mají významný podíl na utváření vztahů dětí k médiím.

1. 4. 1 Vybrané teorie ve vztahu dětí a médií

1. 4. 1. 1 Sociálně-kognitivní teorie

Podle této teorie si mohou děti prostřednictvím médií, zejména televize, osvojovat postoje a vzorce chování. Čím atraktivnější je pořad pro dětské diváky a čím snazší je pro ně ztotožňování s hrdiny, tím je toto učení jednodušší.⁷¹ Tato teorie vychází z teorie sociálního učení psychologa Alberta Bandury, který tvrdil, že se děti učí prostřednictvím napodobování vzorů ve svém okolí.⁷² Podle této teorie se děti učily agresivnímu chování prostřednictvím pozorování. Bandura provedl na začátku 60. let minulého století sérii experimentů, které se snažily nalézt nebo vyvrátit tuto spojitost. Děti ve věku 3 až 6 let byly rozděleny do tří skupin, přičemž na každou skupinu připadl jeden dospělý s panenkou, který prováděl experiment s jedním dítětem. Dospělý vůči panence vykazoval buď agresivní nebo neagresivní chování. Po deseti minutách tohoto experimentu bylo dítě odvedené do místnosti s hračkami, kde si mohlo hrát. Po dvou minutách mu ovšem bylo hraní zakázáno s cílem vyvolat v něm frustraci. Nakonec bylo dítě odvedeno do poslední místnosti, kde bylo několik druhů hraček – normální hračky (papír a pastelky, plastová zvířátka, autíčka...) a „agresivní“ hračky – míč s obličejem, palice a panenka, která byla použita v první části výzkumu. Ukázalo se, že děti vystavené agresivnímu chování se následně skutečně častěji dopouštěly agresivního chování.⁷³ Další experiment ukázal, že pokud předškoláci sledovali pořad s násilným obsahem, tak následně vykazovali agresivní chování (na rozdíl od dětí, kterým byl promítán nenásilný snímek).⁷⁴ Bandura tvrdí, že modely chování předkládané médiím (zejm. televizi) mohou sehrávat klíčovou roli v konstrukci sociální reality.⁷⁵ Ve vztahu k médiím sociálně-kognitivní teorie tvrdí, že pokud má určitý mediální obsah dítěti předat pozitivní hodnoty, musí se s ním dítě umět ztotožnit a nalézt podobnosti mezi mediálním obsahem a svým vlastním životem. Dále by měl daný mediální obsah posilovat a klást důraz na pozitivní modely chování a negativní modely chování by měly být trestány.⁷⁶

⁷¹ CALVERT a WILSON. *The Handbook of Children and the Media*. s. 126, 127.

⁷² NOLEN-HOEKSEMA, et al. *Psychologie*. s. 303

⁷³ CHERRY, Kendra. What the Bobo Doll Experiment Reveals About Kids and Aggression. Dostupné z: <https://www.verywellmind.com/bobo-doll-experiment-2794993>.

⁷⁴ SMELSER, J. Neil a Paul B. BALTES. *International Encyclopedia of the Social & Behavioral Sciences*. s. 9480.

⁷⁵ CALVERT a WILSON. *The Handbook of Children and the Media*. s. 75.

⁷⁶ PAJARES, Frank a et al. *Social Cognitive Theory and Mass Media Effects*. s. 10.

1. 4. 1. 2 Kultivační teorie

Autorem této teorie z konce 60. let minulého století je George Gerbner. Podle něj není televize pouhým zábavním prostředkem, ale prostředkem zásadním způsobem ovlivňující společenské a kulturní normy.⁷⁷ Tato teorie se soustředí zejména na opakující se motivy, hodnoty a postoje prezentované jednotlivými médii (převážně televizi), které potom zásadně ovlivňují vnímání reality.⁷⁸ Podle této teorie se totiž reálný svět a jeho televizní prezentace liší.⁷⁹ Tento efekt je patrnější čím více jedinec s daným médiem tráví.⁸⁰ Na rozdíl od původních výzkumů zaměřených převážně na okamžité dopady sledování určitého obsahu⁸¹ se tato teorie se zabývá dopadem dlouhodobého sledování určitého obsahu (převážně televizního, ale v dnešní době to lze rozšířit i na další elektronická vizuální média) a sdělení, které tento obsah předává.⁸² U televize byl tento jev dříve umocněnější, neboť velká část populace konzumovala totožné mediální obsahy.⁸³ Podle Gerbnera se v televizi často objevovaly nesprávné předpoklady o společnosti, které potom mohou daného jedince ovlivňovat (příkladem může být např. neúměrné množství vražd a násilí, které se v televizi objevují).⁸⁴ Podle mediální vědkyně Kristen Harrison se mladí chlapci kvůli přílišnému sledování televize často domnívají, že tlusté dívky jsou líné, hloupé a nemají přátele.⁸⁵ Dále se tato teorie může týkat například toho, jakým způsobem jsou v pořadech vyobrazeny etnické a jiné minority, stereotypy založené na pohlaví apod.⁸⁶ Jiné výzkumy uvádějí, že sledování televize může dětem prostřednictvím reklam vštěpovat materialistické vidění světa.⁸⁷ Tato teorie se často zabývala dopady dlouhodobého sledování násilných obsahů a následným rozvojem agresivního chování u dětí.⁸⁸

1. 4. 1. 3 Teorie gratifikace

Tato teorie se zaměřuje na motivace a důvody, proč si lidé vybírají různá média. Podle této

⁷⁷ VINNEY, Cynthia. What Is Cultivation Theory in Media Psychology?. Dostupné z: <https://www.verywellmind.com/cultivation-theory-5214376>.

⁷⁸ CALVERT a WILSON. *The Handbook of Children and the Media*. s. 127.

⁷⁹ Cultivation Theory. Dostupné z: <https://www.communicationtheory.org/cultivation-theory/>.

⁸⁰ CALVERT a WILSON. *The Handbook of Children and the Media*. s. 127.

⁸¹ VINNEY, Cynthia. What Is Cultivation Theory in Media Psychology?.

⁸² CALVERT a WILSON. *The Handbook of Children and the Media*. s. 127.

⁸³ GERBNER, George. Growing up with television: Cultivation processes. s. 44.

⁸⁴ VINNEY, Cynthia. What Is Cultivation Theory in Media Psychology?.

⁸⁵ CALVERT a WILSON. *The Handbook of Children and the Media*. s. 393

⁸⁶ SMELSER a BALTES. International Encyclopedia. s. 9482.

⁸⁷ RUSSELL, Cristel A. a L. J. SHRUM. The Cultivation of Parent and Child Materialism: A Parent-Child Dyadic Study. s. 284.

⁸⁸ Cultivation Theory. Dostupné z: <https://www.communicationtheory.org/cultivation-theory/>.

teorie mají dětští a dospělí rozličné potřeby, které konzumací médií uspokojují⁸⁹ a cíleně proto vyhledávají určité obsahy.⁹⁰ Těžiště této teorie nespočívá v tom, jak média působí na lidi, ale co s nimi lidé dělají a jaké uspokojení jim jednotlivá média přinášejí.⁹¹ Tato teorie vnímá uživatele médií jako více aktivní, kteří si mohou svobodně zvolit, jaký mediální obsah budou konzumovat, ačkoliv mohou být do určité míry ovlivněni svým okolím (například vrstevníky).⁹²

Teorie gratifikace vysvětluje jednotlivé motivy při volbě daného média. Například volba knihy je často spojena s motivací naučit se něco nového, zatímco motivace ke sledování televize může být např. nuda nebo osamělost. Toto potvrdil výzkum provedený Lylem a Hoffmanem v roce 1972, který sledoval motivace ke sledování televize mezi 10 a 11letými dětmi. Mimo zahnání pocity nudy a osamělosti se také jedná o způsob relaxace. Podle jiného výzkumu je pro děti televize nejméně často voleným médiem pro edukativní účely. U počítače to mohou být jak edukativní účely, tak zábava. Ukazuje se, že existují různé preference mezi chlapci a dívkami. Například dívky častěji preferují knihy, časopisy nebo audio média, zatímco chlapci mají rádi videohry.⁹³

Katz, Gurevitch a Haas přišli v roce 1973 s 35 různými motivacemi, které podněcují lidi k používání určitých médií.⁹⁴ Tyto motivace lze rozdělit do pěti kategorií:

- Kognitivní – cílem je získat informace, vzdělat se v určité oblasti a podobně.
- Citový – emocionální zážitky, estetika.⁹⁵
- Osobní integrační – zahrnují elementy obou dříve zmíněných, spjatý s posílením sebevědomí.⁹⁶
- Sociálně integrační – snaha o posílení či navázání kontaktu s ostatními jedinci.
- Uvolnění napětí – cílem je uniknout nepříjemné situaci a uvolnit vnitřní napětí.⁹⁷

⁸⁹ SMELSER a BALTES. *International Encyclopedia*. s. 9481.

⁹⁰ LINEBARGER, Deborah L., Ariel CHERNIN a Jennifer KOTLER. "Lazy kids watch TV": Children's perceptions of media and nonmedia activities. s. 37.

⁹¹ CHEN et al., *Singapore Parents' Use of Digital Devices*, s. 241-242.

⁹² LAURICELLA, Alexis. *The Mobile Generation: Youth and Adolescent Ownership and Use of New Media*. s. 358

⁹³ LINEBARGER et al. *Children's Perceptions of Media*. s. 37-38.

⁹⁴ HASSAN, Taimoor-ul, Ashfaq HUSSAIN a Ghulam SHABIR. *Personal Integrative Needs and Use of Social Media Personal Integrative Needs and Use of Social Media among Information Professionals*. s. 2.

⁹⁵ CHEN et al., *Singapore Parents' Use of Digital Devices*. s. 243.

⁹⁶ HASSAN et al. *Personal Integrative Needs*. s. 2.

⁹⁷ CHEN et al., *Singapore Parents' Use of Digital Devices*. s. 243.

Stejně jako děti mají motivace k používání určitých médií, mají je i rodiče, kteří dětem daná média dávají. Mobil a tablet je rodiči často využíván pro jejich vzdělávací potenciál, např. prostřednictvím edukačních jazykových a logických her (kognitivní aspekt). Dalším frekventovaným důvodem je snaha dítě zabavit v okamžicích, kdy rodiče potřebují mít od dítěte klid (aspekt uvolnění napětí) V některých případech rodiče média využívají k prohloubení společného vztahu (sociálně integrační aspekty) např. prostřednictvím společného poslechu audia, sledování pořadů, hraní her apod.⁹⁸

1. 4. 2 Dítě jako konzument médií

Existují dva názorové protipóly, jak nahlížet na dětského konzumenta médií. Podle reprezentantů jedné skupiny jsou média problematická, protože mohou děti konfrontovat s obsahem, na který nejsou dostatečně připravené. Děti jsou podle nich naivní a snadno ovladatelné, a tím pádem je třeba, aby rodiče regulovali jejich mediální návyky. Zástupci druhého paradigmatu tvrdí, že děti jsou dnes mnohem vyspělejší a mediálnímu světu snadno porozumí. Rodiče by tedy měli dopřát dětem co největší volnost, aby si děti mohly samy vytvářet své mediální zkušenosti.⁹⁹

Obě tato paradigmata jsou extrémní a celá situace je mnohem komplexnější. Děti nejsou zdaleka tak pasivní a bezbranné, zvláště v dnešní době, která nabízí široký výběr mediálních obsahů, které jsou instantně k dispozici a mezi kterými si může dítě vybírat. Toto je patrné zejména pokud rodiče umožňují svým dětem samostatnou volbu konzumovaného mediálního obsahu. V době Luštinova výzkumu nebyla zdaleka tak rozšířená přenosná digitální zařízení, nejpopulárnější volbou mezi dětmi byla televize, jejíž ovládání není pro děti tak snadné jako ovládání přenosného digitálního zařízení. Přesto však dítě nemusí televizní obsah konzumovat a může se věnovat jiné aktivitě. Populární byly též časopisy, u kterých si děti rovněž mohou určovat na kterou stránku se budou zrovna dívat. Tato argumentace svědčí spíše ve prospěch paradigmatu, který obhajuje samostatnou volbu dítěte.

Na druhou stranu však nelze opomenout to, že se dětské konzumenty médií liší od dospělých. Jedna studie například srovnávala dětské diváky (ve věku 4 až 6 let) s dospělými diváky. Ukázalo se, že se děti po zhlédnutí stejného obsahu soustředily na akce, které vykonali aktéři

⁹⁸ CHEN et al., Singapore Parents' Use of Digital Devices, s. 245.

⁹⁹ STRASBURGER et al. *Children, adolescents, and the media*. s. 11.

příběhu, zatímco dospělí si všímali spíše jejich motivací.¹⁰⁰ Toto úzce souvisí s teorií kognitivního vývoje zpracovanou Piagetem a zpracováváním informací. Tato teorie se zabývá tím, nakolik jsou děti v určitém věku schopny vnímat a správně interpretovat sdělení daných mediálních obsahů.¹⁰¹

Rozdíly mezi dětským a dospělým konzumentem médií pramení například z toho, že děti nemají zdaleka tolik zkušeností s reálným světem a jeho fungováním. V prvních letech života je dítě zaměstnáno poznáváním mnoha nových vjemů a nerozumí zcela abstraktním pojmům, sociálním normám své společnosti apod. Při vytváření mediálního obsahu pro děti je proto důležité reflektovat, že dítě bez znalosti kontextu nebude schopno plně rozkódovat obsah mediální sdělení. Vzhledem k tomu, že dítě nemá dostatek zkušeností z reálného světa, má podle některých odborníků větší tendenci být ovlivněno informacemi, které z médií získá.¹⁰²

Rozdíl mezi dospělým a dětským divákem lze dále demonstrovat například u reklam, kdy dospělý chápe, že se jedná o marketingovou komunikaci, ale dítě to chápat nemusí, neboť u něj není dosud zcela rozvinutá schopnost kritické reflexe a tím pádem nedokáže objektivně hodnotit prezentovaný obsah. Zatímco dospělý, ale i starší dítě, nevěnují reklamám tolik pozornosti a spíše se věnují jiné činnosti, u dětí předškolního věku je to jiné. Reklamy jsou většinou hlasitější a výraznější než původní program, proto snadno získají pozornost nejmenších diváků.¹⁰³

Ačkoliv jde o médium s obrazovkou, působí na své uživatele jiným způsobem než digitální média. Sledování televize je ve své podstatě pasivnějším procesem než interakce s digitálními médii.¹⁰⁴ Nelze ovšem říci, že by sledování televize bylo čistě pasivní záležitostí. Ukázalo se, že mozek televizního diváka reaguje na stimuly zprostředkované televizí velice podobně, jako by reagoval v reálných situacích. Při smutných momentech se divák cítí smutně, při děsivých momentech zažívá strach apod.¹⁰⁵

Existují dva paradigmaty, jak lze na dětského televizního diváka nahlížet. Prvním je „model

¹⁰⁰ Ibid. 26.

¹⁰¹ CALVERT a WILSON. *The Handbook of Children and the Media*. s. 270.

¹⁰² STRASBURGER et al. *Children, adolescents, and the media*. s. 11-13.

¹⁰³ Ibid. 57.

¹⁰⁴ RADESKY et al. *Mobile and Interactive Media Use*, s. 1-3.

¹⁰⁵ SINGER a SINGER. *Handbook of Children and the Media*, s. 118.

pasivního diváka“ který implikuje, že je to hlavně televize, která svou formou a obsahem určuje pozornost diváka a jeho zpracování informací. Dalším modelem je „model aktivního diváka“. Ten nevyklučuje veškeré předpoklady, na kterých je postaven pasivní model, ale vidí děti jako aktivní činitele, kteří musí dekodovat a interpretovat velké množství dat. Dětský divák se může rozhodnout, že určitou část nebude sledovat (například nudnou reklamu nebo nezajímavý pořad). Televize ovšem na rozdíl od digitálních médií existuje delší dobu, a proto mnohem lépe chápeme dopady, které sledování televize na děti má.¹⁰⁶

Podle autorů knihy *Children, Adolescents, and the Media* zapojuje dítě při konzumaci médií několik kognitivních procesů. Demonstrují to na sledování televize. Dítě však může být při sledování rušeno, například rodiči hovořícími v pozadí nebo hudbou z vedlejšího pokoje. V ten moment si dítě musí vyhodnotit aktuálně relevantní informace, kterým bude dále věnovat pozornost, čímž nevědomě filtruje rušivé elementy okolí. Následně dítě věnuje pozornost sledovaným událostem, tak aby z nich dokázalo porozumět příběhu. Poté se dítě na základě impulsů příběhu snaží vyvodit závěry. Dějová linka příběhu však nemusí být vždy lineární (některé části příběhu se mohou odehrávat třeba ve snu), což může činit dětskému divákovi potíže s pochopením příběhu. Dále dítě vyhodnocuje skryté i zřetelné impulsy příběhu, přičemž je musí dát do souvislosti se zapamatovanými informacemi sledovaného obsahu. Na základě toho pak dítě příběh vyhodnocuje, nejčastěji tak, zda se mu příběh líbí či nikoliv.¹⁰⁷

1. 4. 3 Rodiče a děti ve světě digitálních médií

Většina rodičů si pro své děti přeje to nejlepší a chce, aby v dnešním světě ovládaném technologiemi uspěly, ale zároveň aby měly k digitálním médiím zdravý vztah. Na rodiče jsou kladeny vysoké nároky. Měli by ideálně sledovat nové trendy v médiích a zároveň děti chránit před jejich negativními vlivy. Ať už se rodiče v mediální výchově svých dětí angažují jakkoliv, často čelí kritice, buď pro přílišnou přísnost nebo naopak benevolenci.¹⁰⁸ Ovšem ať už rodiče volí jakýkoliv postoj, jsou to právě oni, kteří utvářejí mediální návyky dětí, neboť v prvních letech života dítěte rozhodují o tom, jak a jaká média bude dítě používat.¹⁰⁹

¹⁰⁶ Ibid. s. 116-117.

¹⁰⁷ STRASBURGER et al. *Children, adolescents, and the media*. s. 20-21.

¹⁰⁸ LIVINGSTONE, Sonia M. a Alicia BLUM-ROSS. *Parenting for a digital future : how hopes and fears about technology shape children's lives*. s. 14.

¹⁰⁹ BROEKMAN, Francette L. a et al. *A Parental Perspective on Apps for Young Children*. s. 2.

Dnešní generace dětí vystavena vlivu nových médií mnohem dříve, než tomu bylo kdysi.¹¹⁰ Dnešní děti patří do generace tzv. digitálních nomádů, tj. těch, kteří vyrůstají obklopeni digitálními technologiemi, počítači, videohrami apod. První generace těchto lidí se narodila ke konci 80. let do první poloviny 90. let. Oproti nim stojí lidé, kteří se narodili v 70. letech a dříve, kteří představují poslední „analogovou generaci“ a kteří se k digitálním technologiím dostali až v dospělosti. Ti jsou označováni jako „digitální imigranti“.¹¹¹

První generace „digitálních nomádů“ se dnes rovněž stává rodiči a volí rozličné přístupy k výchově další generace „digitálních nomádů“. Americká technologická expertka Alexandra Samuel rozlišuje tyto děti podle způsobu výchovy ve vztahu k digitálním médiím jako *digitální sirotky*, *digitální exulanty* a *digitální dědice*. Jako digitální sirotky označuje Samuel děti, kterým byla v digitálním světě ponechána naprostá volnost a kterým rodiče v dané oblasti poskytli malou nebo žádnou osvětu. Digitálními exulanty jsou děti, kterým rodiče digitální média zamezovali. To podle Samuel vede k tomu, že děti sice vstoupí do digitálního světa později, ale v momentě, kdy do něj vstoupí budou cítit potřebu si vše vykompenzovat. Za ideální případ považuje digitální dědice. To jsou děti, které byly vychovávány rodiči, kteří digitálním médiím rozumí a dokáží je efektivně využívat a vedou k tomu i své děti.¹¹² Ačkoliv lze s tímto dělením do jisté míry souhlasit, nelze jej brát dogmaticky. Autorka přičítá silný vliv výchovnému prostředí, přičemž opomíná individuální zvláštnosti každého dítěte, stejně tak jako nevěnuje pozornost rodinám, kde každý z rodičů zastává odlišné názory na digitální výchovu společného potomka.

Livingstone a Blum-Ross přichází s podobným dělením jako Samuel, soustředí se však na rodiče, které rozděluje na tři typy:

- „*embrace*“ – rodiče, kteří technologii vyhledávají pro sebe i pro své děti. Jsou technologičtí optimisté a věří, že se děti díky časnému přístupu k technologiím naučí s nimi obratně zacházet. To jim následně pomůže při budování budoucí kariéry (například v IT odvětvích). Titiž rodiče nabývají pocitu, že pokud dětem neukáží, jak zacházet s digitálními médii, mohly by být pozadu za svými vrstevníky;

¹¹⁰ CALVERT a WILSON. *The Handbook of Children and the Media*. s. 143.

¹¹¹ DOČEKAL, Daniel a et al. *Dítě v síti: manuál pro rodiče a učitele, kteří chtějí rozumět digitálnímu světu mladé generace*. s. 160.

¹¹² *Ibid.* s. 161-162.

- „*balance*“ – rodiče, kteří částečně regulují aktivity svých dětí na digitálních médiích, často však nesystematicky;
- „*resist*“ – rodiče, kteří se snaží digitální média v životech svých dětí zcela omezit.¹¹³

Tento model ovšem postrádá rodiče „digitálních sirotků“, totiž ty, kteří digitální aktivitu svých potomků neregulují, protože nepřikládají digitálním médiím důležitost.

1. 5 Rizika a pozitiva spojená s digitálními médii

1. 5. 1 Rizika spojená s digitálními médii

Používání digitálních médií v dětství je spojeno s některými riziky. K opatrnému zacházení s digitálními médii, zejména ve vztahu k dětem, vybízí řada odborníků, například autoři příručky *Zdravé dětství ve světě digitálních médií*, která vyšla v roce 2020. V této knize argumentují dopadem na dětský mozek, který se v dětském věku teprve rozvíjí a pro svůj zdravý vývoj potřebuje zejména stimuly z přirozeného světa. Tvrdí, že pro zdravý rozvoj mozku jsou potřebné různorodé smyslové vjemy. Dítě podle nich potřebuje minimálně 6 až 8 let, aby tyto smysly optimálně rozvinulo. Digitální média podle nich poskytují pouze dvourozměrné, a tedy značně omezené stimuly.¹¹⁴ Totéž platí i o televizi. Přílišné vystavené televizi v prvních letech života dítěte je spjato s horšími výsledky v kognitivních oblastech,¹¹⁵ poruchami pozornosti,¹¹⁶ problémy se sebeovládáním a problematické chování.¹¹⁷

V publikaci dále upozorňují na možné narušení vývoje předního mozku u dítěte, který úzce souvisí se schopností samostatného uvažování a na spojitost mezi rozvojem hyperaktivity a poruch pozornosti v souvislosti s užíváním digitálních médií. Tvrdí, že časté používání digitálních médií může u dětí způsobovat problémy s řečí, zrakem, spánkem a s mnoha dalšími oblastmi. Kromě toho upozorňují na nedostatečně prozkoumané účinky elektrosmogu na fungování nervové soustavy, a také na skutečnost, že při používání digitálních médií děti velice rychle vykazují známky závislostního chování.¹¹⁸ Používání

¹¹³ LIVINGSTONE a BLUM-ROSS. *Parenting for a digital future*. s. 10-13.

¹¹⁴ Ibid. s. 48.

¹¹⁵ KIRKORIAN, Heather L., Ellen A. WARTELLA a Daniel R. ANDERSON. *Media and Young Children's Learning*. s. 39.

¹¹⁶ CHEN et al., *Singapore Parents' Use of Digital Devices*, s. 241.

¹¹⁷ MUNZER et al. *Media Exposure*, s. 4.

¹¹⁸ *Zdravé dětství ve světě digitálních médií: informace a inspirace pro rodiče a všechny, kdo pracují s dětmi a mládeží*. s. 6-11.

digitálních médií od útlého věku může zvyšovat riziko obezity, poruchy pozornosti a chování a zhoršené jazykové schopnosti. Krom toho je nadužívání obrazkových médií spojeno s nižší aktivitou v jiných oblastech, např. interakce s ostatními dětmi a rodiči či hraní venku. Nedostatek těchto aktivit může vést k potenciálním problémům v pozdějším věku.¹¹⁹

K opatrnému zacházení nabádá také studie z roku 2019 ze Singapuru. Tam se ptali rodičů na motivace k používání digitálních médií a také na možná rizika, která v jejich používání spatřují. Rodiče se často obávají o zhoršení zraku svých dětí, dále je rovněž patrná obava z toho, že se děti budou příliš spoléhat na vyhledávač Google, namísto aby kriticky přemýšlely.¹²⁰ Tento fenomén se nazývá Google efekt a jedná se o tendenci lidí spoléhat se více na internetové vyhledávače než na svou vlastní paměť.¹²¹ Rodiče se dále obávají, že děti mohou přijít do styku s obsahem nevhodným pro jejich věk nebo, že příliš mnoho času s danými médii může zapříčinit problémy v sociální oblasti a mezilidské interakci.¹²²

1. 5. 2 Pozitivní aspekty vizuálních elektronických médií

Existují ale i pozitivní aspekty vizuálních elektronických médií. Některé výzkumy naznačují, že vhodným využitím digitálních médií lze dosáhnout některých pozitivních jevů, děti se například mohou díky vzdělávacím aplikacím naučit dříve číst.¹²³ Podle výzkumu z roku 2010 měly 2-4leté děti, které trávily čas s aplikací Super Why o 31 % lepší slovní zásobu než jejich vrstevníci.¹²⁴

Livingstone a Blum-Ross tvrdí, že digitální média mohou děti vzdělávat a rozvíjet u nich pocit nezávislosti. Zároveň ale upozorňují na to, že jsou též platformou pro nevhodné činnosti (např.: hraní brutálních her apod.).¹²⁵ Stejně tak se ukázalo, že například sledování pořadů může být pro děti předškolního věku přínosné a obohacující, pakliže se jedná o vzdělávací pořady určené pro danou věkovou kategorii, nikoliv čistě o zábavní pořady.¹²⁶ Digitální média jsou tedy vhodná k získání specifických znalostí, ale nelze je využít pro některé další schopnosti, například k rozvoji sociálních dovedností, motoriky a jiných

¹¹⁹ MUNZER et al. Media Exposure, s. 1.

¹²⁰ CHEN et al., Singapore Parents' Use of Digital Devices, s. 244.

¹²¹ SPARROW, Betsy, Jenny LIU a Daniel M. WEGNER. Google Effects on Memory: Cognitive Consequences of Having Information at Our Fingertips. s. 776.

¹²² CHEN et al., Singapore Parents' Use of Digital Devices, s. 244.

¹²³ RADESKY et al. Mobile and Interactive Media Use, s. 1.

¹²⁴ CHEN et al., Singapore Parents' Use of Digital Devices, s. 240.

¹²⁵ LIVINGSTONE a BLUM-ROSS. *Parenting for a digital future*. s. 1.

¹²⁶ KIRKORIAN et al. Media and Young Children's Learning, s. 39.

schopností, které dítě získává v interakci s přirozeným světem.¹²⁷

1. 6 Mediální výchova a mediální gramotnost

Děti jsou médií ovlivňovány často už od narození. Mediální výchova by proto měla být podle některých odborníků zahájena u dětí ještě dříve, než nastoupí povinnou školní docházku.¹²⁸ Tuto skutečnost reflektuje i aktuální podoba rámcového vzdělávacího plánu pro předškolní vzdělávání, která vybízí učitele k aktivitám rozvíjející mediální gramotnost v rámci rozvoji jazykové oblasti, např.: *„poslech čtených či vyprávěných pohádek a příběhů, sledování filmových a divadelních pohádek a příběhů.“*¹²⁹

Rámcový vzdělávací program pro předškolní vzdělávání též upozorňuje na některé aspekty, které mohou narušit vývoj řeči u dítěte. Mezi tyto aspekty řadí: *„časově a obsahově nepřiměřené využívání audiovizuální, popř. počítačové techniky, nabídku nevhodných programů (nevhodná volba či časté a dlouhodobé sledování pořadů televize, videa apod.), nedostatečnou pozornost k rozvoji dovedností předcházejících čtení a psaní a omezený přístup ke knížkám.“*¹³⁰

Sonja Gust von Loh a Maria Henkel se domnívají, že nevhodné používání médií může dětem škodit, ale vhodným zacházením jim mohou být ku prospěchu. Považují za důležité, aby se děti již od raného dětství učily kritickému zacházení s médií, a to i s těmi digitálními. Je však třeba volit prostředky odpovídající věku dítěte. Problém spatřují například v tom, že ačkoliv předškolní děti zpravidla neumí číst, přesto dokáží spustit počítač i internet, kde mohou narazit na nevhodný obsah.¹³¹

Schopnost uvědomělého používání digitálních médií není lidem vlastní. Digitální média jsou ze své podstaty nástroje vyvolávající závislostní prvky chování. Schopnost regulace vlastního chování je ve vztahu k digitálním médiím klíčová, přesto leckdy chybí i dospělým. Dítě si podle mnohých odborníků hranice v této oblasti samo vytyčit nedokáže.¹³² Podle německého profesora Norberta Neusse by však zodpovědnost neměla ležet pouze na

¹²⁷ RADESKY et al. *Mobile and Interactive Media Use*, s. 2.

¹²⁸ GUST VON LOH, Sonja a Maria HENKEL. *Information and Media Literacy in Kindergarten*. s. 254.

¹²⁹ *Rámcový vzdělávací program pro předškolní vzdělávání*. Dostupné z: <https://www.edu.cz/rvp-ramcove-vzdelavaci-programy/ramcovy-vzdelavaci-program-pro-predskolni-vzdelavani-rvp-pz/>. s. 17-18.

¹³⁰ *Rámcový vzdělávací program pro předškolní vzdělávání*. s. 19.

¹³¹ GUST VON LOH a HENKEL. *Media Literacy in Kindergarten*. s. 254-257.

¹³² *Zdravé dětství ve světě digitálních médií: informace a inspirace pro rodiče a všechny, kdo pracují s dětmi a mládeží*. s. 18.

rodičích, ale také na předškolních zařízeních, která dle jeho názoru mají potenciál vytvořit prostředí pro rozvoj mediální gramotnosti.¹³³

Německá profesorka Paula Bleckmann tvrdí, že pro to, aby člověk dosáhl mediální svéprávnosti je zapotřebí, aby prošel veškerými vývojovými stádii. Prvním z nich je senzomotorická integrace, kterou prochází nejmenší děti, které se teprve učí jak ovládat své tělo. Dalším stádiem je rozvoj komunikačních schopností, tak aby dítě dokázalo efektivně komunikovat se svým okolím. Dalším vývojovým stupněm je schopnost produkce, tj. možnost aktivního a kreativního projevu, například kresbou, zpěvem, vyráběním apod. Následuje schopnost recepce, která se vyznačuje chápáním a pochopením vnímaného obsahu. Jedná se o schopnost, která se rozvíjí celoživotně, její rozvoj však začíná v raném dětství. Rozvíjí se například když je dítěti předčítáno. Poslední, avšak nesmírně důležitých stádium, je schopnost kritické reflexe. Díky té dokáže člověk přijaté informace ověřovat a vyhodnocovat. Z toho vychází schopnost volby, spojuje všechna zmíněná stádia.¹³⁴

2. Metodologie

2.1 Změny v metodologii oproti předchozímu výzkumu

Práce navazuje na výzkum realizovaný Ondřejem Luštincem v roce 2010 a volí podobné metody jaké při své práci volil on, ačkoliv se v některých ohledech liší. Luštinec ve svém výzkumu vycházel z výsledků experimentu, dotazníkových šetření a standardizovaného rozhovoru. V základní myšlence a v kombinaci výzkumných metod tato práce navazuje na Luštincův výzkum. Podobně jako v jeho výzkumu jsou součástí této práce dotazníková šetření, rozhovory a experiment. Stejně jako Luštinec používám 2 druhy dotazníků, jeden určený pro rodiče a pedagogické pracovníky, tak aby byl získán přehled o mediálních návycích a preferencích dětí a postojů rodičů a pedagogických pracovníků k médiím a jejich místě ve výchově. Tyto dotazníky však byly v některých ohledech pozměněny a zkráceny. Dalším rozdílem je, že tato práce zjišťuje, zda existuje souvislost mezi preferencemi a používáním obrazkových médií a horšími výsledky v některých oblastech. Proto je zde navíc přidán další dotazník pro pedagogické pracovníky, ve kterém děti hodnotili ve čtyřech

¹³³ GUST VON LOH a HENKEL. Media Literacy in Kindergarten. s. 257.

¹³⁴ *Zdravé dětství ve světě digitálních médií: informace a inspirace pro rodiče a všechny, kdo pracují s dětmi a mládeží.* s. 46.

sledovaných kategoriích – schopnost verbálního vyjadřování, pozornost a jemná motorika. Následně byly tyto údaje porovnány s údaji získanými prostřednictvím rozhovorů s dětmi o jejich mediálních preferencích a s údaji od rodičů o tom, kolik času děti s jednotlivými údaji stráví, aby se zjistila, zda existuje souvislost mezi pozitivním vztahem nebo vysokým časem strávených u obrazovek a horšími výsledky v jednotlivých oblastech.

Další součástí výzkumu byly rozhovory a experimenty s dětmi. Tyto oblasti se od minulého výzkumu rovněž změnilo. Luštinec zahájil konverzaci s dětmi a ptal se jich, co dělají, když přijdou ze školky domů. Cílem této otázky nebylo primárně mapovat mediální návyky dětí, ale spíše zahájit konverzaci. Tato otázka byla v novém výzkumu vynechána, rozhovor byl zahájen pozdravem, představením se a jednoduchým vysvětlením následujícího experimentu a rozhovoru.

Luštinec ve svém výzkumu zahrnul experiment, ve kterém postavil před dítě notebook, následně se jej zeptal, zda jej dokáže identifikovat a zda ví, co je internet. Poté mělo dítě notebook zapnout, najít ikonu internetu a spustit pohádku. Tento experiment jsem se rozhodla ve své práci vynechat, a to kvůli tomu, že každé dítě může být zvyklé na jinou podobu počítače a programů v něm. K tomuto závěru ostatně došel ve své práci i Luštinec.¹³⁵

V další části Luštinec ukazoval dětem kartičky s vyfotografovanými médii a ptal se dětí, zda ví, jak se daná média jmenují a co se s nimi dá dělat. Tato část zůstala velice podobná. Luštinec ve svém výzkumu pracoval s šesti médii, tj. notebookem/počítačem, rádiem, televizí, časopisem, knihou a tlačítkovým mobilním telefonem.¹³⁶ Od té doby však došlo k výraznému technologickému posunu, kdy tlačítkové mobilní telefony de facto vymizely. Jejich místo zaujaly chytré mobilní telefony a tablety. Rozhodla jsem se tento technologický pokrok reflektovat ve svém výzkumu, a proto nahrazuji tlačítkový mobilní telefon chytrým mobilním telefonem a tabletem, které řadím do stejné kategorie. Činím tomu tak z toho důvodu, že jak chytré mobilní telefony, tak tablety jsou si ve své podstatě velice podobné a umožňují prakticky tytéž aktivity. Luštinec následně děti vyzval, aby označily svá maximálně 2 oblíbená média, a pak se v jedné otázce zeptal, proč se jim daná média líbí. Tato část byla v mém výzkumu pojatá trochu jinak. Děti byly vyzvány, aby označily svá oblíbená média, ale nebyly nikterak limitovány počtem, který si mohly zvolit. Následně byly

¹³⁵ LUŠTINEC. Mediální návyky dětí ve věku 5-6 let. s. 32.

¹³⁶ Ibid.

dětem položeny sety otázek týkající se jejich oblíbených médií. Cílem otázek bylo zjistit více informací o tom, jakým způsobem děti daná média používají. Otázky byly kladeny pro každé médium zvlášť. Společnou otázkou pro všechna média bylo „*Proč máš rád(a) dané médium?*“ Poté následovaly specifické otázky týkající se používání daného média (např. *Prohlížíš si knihy? Sleduješ televizi? Na co se koukáš v televizi? Hraješ hry na počítači?* apod.). Dále byly děti vyzvány, aby označily svá nejméně oblíbená média (počet opět nebyl nijak omezen s cílem získat od dětí co nejvíce informací) a následně měly svou volbu zdůvodnit. Tuto otázku Luštinec ve svém výzkumu nezahrnul.

Hlavními rozdíly mezi mým a Luštincovým výzkumem je absence experimentů týkající se notebooku v novém výzkumu, dále důraz kladený primárně na rozhovory s dětmi – delší a obsáhlejší rozhovory s dětmi týkající se jejich mediálních návyků a preferencí, dále zkoumání averzí dětí vůči jednotlivým médiím a zahrnutí dotazníku pro pedagogické pracovníky, ve kterém jsou hodnoceny jednotlivé aspekty psychomotorického vývoje. Dále tato práce až na výjimky nepracuje s jednotlivými školkami zvlášť, ale slučuje veškerá získaná data, a to z několika důvodů, protože primárním cílem této práce není zkoumat rozdíly v mediálních návycích dětí z různých prostředí, ale zkoumat je jako celek, a také z toho důvodu, že v každé školce byl zcela odlišný počet dětí (v čakovické školce byly děti 3, zatímco ve Velvarech bylo dětí 39). Zůstává však mnoho společných bodů s Luštincovým výzkumem, tj. mapování mediálních návyků a preferencí dětí doma a v mateřské školce prostřednictvím dotazníků pro rodiče a pedagogické pracovníky a zkoumání mediálního povědomí a preferencí prostřednictvím kartiček s fotografiemi daných médií.

2. 2. Výzkumné otázky a hypotézy

Luštinec si kladl 2 výzkumné otázky, tj. jaké místo zaujímají média v životě dětí a dále, zda jsou u dětí populárnější média klasická či média nová. Kromě toho se snažil ověřit platnost několika hypotéz, tj. že je u dětí vyvinuté mediální povědomí a pokud si mohou svobodně zvolit médium, zda dají přednost elektronickým médiím před tištěnými médii, dále zda děti z většího města budou trávit více času s médii než děti z maloměsta, též že děti z církevní školky budou vychovávány konzervativněji, a tudíž budou spíše preferovat knihy a že většina dětí prostřednictvím experimentu dokáže, že se v životě setkala s internetem.¹³⁷

¹³⁷Ibid. s. 32.

Většina hypotéz a výzkumných otázek se od Luštinčova výzkumu liší. Podoba hypotéz v tomto výzkumu je následující:

H1: Horší výsledky ve sledovaných oblastech (verbální vyjadřování, porozumění, jemná motorika a pozornost) budou spojeny s vyšší oblibou elektronických vizuálních médií (televize, počítač, mobil/tablet), a naopak lepší výsledky se budou vyznačovat vyšší oblibou tištěných médií.

H2: Děti s horšími výsledky v určitých oblastech budou trávit více času s elektronickými vizuálními médii.

H3: Elektronická vizuální média budou mezi dětmi populárnější než zbývající média.

H4: Děti budou trávit více času s elektronickými vizuálními médii než v roce 2010.

Pro kvalitativní část diplomové práce byly formulovány tyto výzkumné otázky:

- Jaké je mediální povědomí dětí?
- Jaké jsou mediální preference dětí?
- Změnily se od roku 2010 mediální návyky dětí? Pokud ano, jak?
- Jaký postoj zaujímají rodiče a pedagogičtí pracovníci k médiím ve výchově? Je třeba média omezovat nebo si na ně mají děti zvykat?

2. 3. Výběr vzorku

Pro účely výzkumu bylo třeba zajistit zkoumaný vzorek populace. Ten byl vybrán prostřednictvím účelového výběru. Disman o tomto výběru uvádí: „*Účelový výběr je založen pouze na úsudku výzkumníka o tom, co by mělo být pozorováno a o tom, co je možné pozorovat.*“ Nejedná se o ideální způsob výběru, protože jeho výsledky nelze vztahovat na celou populaci. Ačkoliv se nejedná o zcela reprezentativní vzorek, výsledky, které výzkum přinese, přesto mohou přinést zajímavá data, jejichž platnost pro celkovou populaci je nutné ověřit dalšími výzkumy.¹³⁸

Výzkum zkoumal 5 a 6leté předškolní děti. Hlavním kritériem pro výběr respondentů byla tato věková hranice a docházení do mateřské školy. Výzkum byl realizován s 69 dětmi,

¹³⁸ DISMAN, Miroslav. *Jak se vyrábí sociologická znalost: příručka pro uživatele*. s. 112.

přičemž dívky (39) převažovaly nad chlapci (30) a 5letí (44) nad 6letými (25). Kritérium pro výběr školek bylo prosté – výzkum jsem realizovala kdekoliv mi to bylo umožněno. Realizace takového výzkumu představuje pro školku zátěž, a ne každá školka je ochotná tuto zátěž podstoupit. Nakonec se mi podařilo navázat spolupráci se čtyřmi institucemi:

- Základní škola a mateřská škola Kyselka (okres Karlovy Vary)
- Základní škola a mateřská škola Dr. Edvarda Beneše (Praha 9 – Čakovice)
- Mateřská škola Velvary (okres Kladno)
- Mateřská škola Opletalova (Praha 1)

Ve zkoumaném vzorku je přesto možné nalézt určitou míru stratifikace, například podle územního dělení. Kyselka je vesnicí na západě Čech, Velvary jsou menší město ve Středočeském kraji, Čakovice jsou městkou čtvrtí Prahy a Opletalova je ulice v Praze blízko Václavského náměstí.

2. 4 Struktura výzkumu a analýza dat

Jedná se o smíšený výzkum, který kombinuje jak kvalitativní, tak kvantitativní metody. Důvodů, proč byl zvolen smíšený výzkum je několik, v první řadě jde o navázání na Luštincův výzkum, ve kterém obě metody kombinoval. Dalším důvodem je získání co možná nejucelenějšího obrazu, neboť jak uvádí Hendl, oba přístupy se mohou velice dobře doplňovat. Ve své knize *Kvalitativní výzkum* toto tvrzení ilustruje příkladem Lincolna a Guby z roku 1985: „*Jestliže má rybář k dispozici několik sítí a v každé z nich je několik velkých děr, pak je lepší, když rybář poškozené sítě navzájem překryje a použije tak jednu síť, kterou získá lepší úlovek než použitím jednotlivých sítí odděleně.*“¹³⁹ Dalším důvodem je také to, že předškolní děti většinou nejsou schopné porozumět dotazníku a vyplnit jej. Pokud tedy od nich chceme získat potřebné informace, představuje kvalitativní rozhovor efektivnější způsob. V případě rodičů jsou ideálním řešením dotazníky, které mohou být vyplněny kdykoliv se rodičům hodí a své odpovědi si tak mohou v klidu rozmyslet. Kromě toho umožňuje kvantitativní výzkum rychlejší analýzu a sběr dat.¹⁴⁰ To se v rámci výzkumu ukázalo jako klíčové, protože kdybych měla postupovat prostřednictvím rozhovorů i s pedagogickými pracovníky a rodiči, z původních 69 rozhovorů s dětmi by rozhovorů mohlo být více než 120 (za předpokladu, že by se do nich zapojili ti rodiče, kteří odevzdali

¹³⁹ HENDL, Jan. *Kvalitativní výzkum: základní metody a aplikace*. s. 62.

¹⁴⁰ *Ibid.* s. 49.

dotazník) nebo též více než 150 (pokud by se zúčastnili všichni rodiče). To by bylo nesmírně časově a organizačně náročné a nebyla by přitom získána kvantitativní data, která jsou pro tuto práci rovněž důležitá (např. pro ověření hypotéz, ale i pro další údaje, např. kolik času děti s médii stráví apod.).

Na druhou stranu, velkou část výzkumu tvoří kvalitativní výzkum. Jeho výhodou je potenciál přinést velké množství dat a prozkoumat určitý jev do hloubky. V tomto případě, jaké místo zaujímají jednotlivá média v životě dětí a jaké jsou postoje rodičů a pedagogických pracovníků k médiím ve výchově. Před realizací kvalitativního výzkumu nejsou formulovány hypotézy. Teorie a hypotézy, které vzniknou po analýze dat nelze použít na celkovou populaci, ale pouze na vybraný vzorek.¹⁴¹ Na druhou stranu, cílem kvantitativního výzkumu je testování hypotéz. Formulovaná hypotéza je jedním z předpokladů pro realizaci kvantitativního výzkumu.¹⁴² Ve výzkumu pracuji jak s výzkumnými otázkami pro kvalitativní část, tak s hypotézami pro kvantitativní část.

V rámci tohoto výzkumu byly použity následující metody:

- Standardizovaný dotazník pro rodiče (zaměřený na mediální návyky dětí v domácím prostředí, mediální preference dětí a postoje rodičů k médiím ve výchově)
- Standardizovaný dotazník pro pedagogické pracovníky 1 (zaměřený na používání médií v mateřské školce a postoje pedagogických pracovníků k médiím ve výchově)
- Standardizovaný dotazník pro pedagogické pracovníky 2 (hodnocení dětí v určitých kategoriích)
- Experiment s dětmi 1 (identifikace jednotlivých médií prostřednictvím kartiček s fotografiemi daných médií)
- Experiment s dětmi 2 (zaměřený na to, co se dá s jednotlivými médii dělat)
- Rozhovor s dětmi (zaměřený na preference a averze vůči jednotlivým médiím, a mediální návyky dětí)

Tyto metody budou podrobně rozepsány v následující kapitole. Data tedy byla získána prostřednictvím kvalitativních a kvantitativních metod. Veškeré údaje byly přeneseny do elektronické podoby, rozhovory byly přepsány a ve všech zbývajících případech byl použit

¹⁴¹ ŠVARŤÍČEK, Roman a Klára ŠEĎOVÁ. *Kvalitativní výzkum v pedagogických vědách*. s. 24.

¹⁴² HENDL. *Kvalitativní výzkum*. s. 63.

program Microsoft Excel. Data byla následně tříděná a analyzovaná. Pro kvalitativní i kvantitativní údaje byla použita obsahová analýza. Tato analýza rozebírá a analyzuje texty a následně v nich hledá vlastnosti, které by mohly zodpovědět stanovené otázky. V kvantitativní části výzkumu lze rovněž použít obsahovou analýzu, v tomto případě se zjišťuje četnost výskytů předem určených kategorií. Analýza proběhla tak, že jsem shromáždila veškerá kvantitativní a kvalitativní získaná data a následně je převedla do elektronické podoby, konkrétně do programu Microsoft Excel. Poté jsem se s daty seznámila a snažila najít opakující se vzory. U číselných, čistě kvantitativních údajů, byly provedeny výpočty. Pro údaje z otevřených otázek dotazníků a rozhovorů byly po jejich přepsání a seznámení se s nimi vytvořeny a definovány různé kategorie.¹⁴³ Údaje byly podrobeny otevřenému kódování, kdy jsem hledala klíčová témata a následně je označovala kódy. Poté jsem přistoupila k axiálnímu kódování, kdy jsem doplňovala získané údaje a hledala spojitosti mezi nimi. Takto jsem pokračovala, dokud jsem nedosáhla teoretické nasycenosti. Poté jsem přistoupila k selektivnímu kódování, kdy jsem se soustředila na klíčová témata, která by mi pomohla nalézt odpověď zkoumané otázky.¹⁴⁴

2. 5 Použité metody

2. 5. 1 Standardizovaný dotazník pro rodiče

Součástí výzkum byl standardizovaný dotazník pro rodiče, jehož cílem bylo zmapování mediálních návyků dětí, jejich mediálních preference, konzumované mediální obsahy, ale také postoje rodičů k médiím ve výchově. Luštincův dotazník byl propracovanější a obsáhlejší a jednotlivé otázky cílily na konkrétní médium, zatímco mé otázky byly hodně široké a mířily na různá média, a to z toho důvodu, že jsem chtěla jít cestou menšího počtu otázek (nechtěla rodičům dávat vícestránkový dotazník). Přesto jsem se i v tomto úspornějším režimu snažila zahrnout všechny podstatné otázky a oblasti. Přesně znění dotazníku je součástí přílohy (Příloha č. 8: Standardizovaný dotazník pro rodiče).

Bylo rozdáno 69 dotazníků, přičemž se jich zpátky vrátilo 39. Návratnost tedy byla necelých 57 %. Dotazník se skládal z 6 otázek a jedné otázky navíc, kterou rodiče mohli vyplnit, pokud měli zájem poskytnout zpětnou vazbu nebo komentář. Součástí byly otevřené, tak

¹⁴³ Ibid. s. 381-387.

¹⁴⁴ Ibid. s. 246-251.

uzavřené otázky. V dotazníku se nacházely 3 druhy uzavřených otázek, kde rodiče odpovídali buď prostřednictvím čísla nebo zaškrťovacího políčka a 3 otevřené otázky. V otázce číslo 1 rodiče hodnotili, jak rády děti daná média používají. Otázka měla podobu tabulky o 7 sloupcích, přičemž v prvním z nich byla rozepsaná média zkoumaná ve výzkumu, s tím, že knihy a časopisy zabíraly vždy po 2 řádcích, aby byl zohledněn rozdíl mezi samostatným prohlížením a společným čtením. V následujících sloupcích byly nadepsány tyto hodnoty: 0 – nepoužívá, 1 – nesnáší, 2 – nemá v oblibě, 3 – nevadí mu, 4 – má rádo, 5 – miluje. Následně rodiče označovali souřadnice nejlépe odpovídající vztahu jejich dítěte k danému médiu, a to buďto prostřednictvím zmíněných čísel nebo zaškrťovacího políčka. Luštinec podobnou tabulku ve svém výzkumu také zahrnul, ale s tím rozdílem, že rodiče měli seřadit jednotlivé činnosti od nejoblíbenější po nejméně oblíbenou, ale setkal se s problémem, že rodiče tomuto číslování neporozuměli a některá data nemohla být použita. Další otázka zahrnovala vlastnictví média, kde rodiče zaškrťávali, zda děti daná média vlastní. Tato otázka nebyla v původním výzkumu zkoumána. Poslední otázka tohoto typu měřila, kolik času děti s jednotlivými médii stráví se zaokrouhlením na půl hodiny, opět se jednalo o tabulku, kde rodiče uváděli dané časy. Luštinec se na tento údaj ptal v rámci jednotlivých otázek.

Zbývající 3 otázky byly otevřené a rodiče tam uváděli, jakým způsobem děti jednotlivá média používají a jaké obsahy konzumují, v závorce za otázkou byly vždy uvedené příklady (např. jaké si prohlíží časopisy, jaké hraje hry, na jaké pořady se dívá apod.). Dále byly položeny otázky týkající se omezování médií a postojů k médiím ve výchově.

2. 5. 2 Standardizovaný dotazník pro pedagogické pracovníky 1

Tento dotazník byl sestaven podobně jako dotazník pro rodiče, cílem bylo zjistit, jak jednotliví pedagogičtí pracovníci používají jednotlivá média ve školách, jaké mediální obsahy děti konzumují a jaký postoj zaujímají pedagogové k médiím ve výchově. Dotazníků bylo rozdáno 15 a vrátilo se jich 11, návratnost tedy byla 73,3 %. Vyplnit je mohly jak učitelky v MŠ, tak asistentky, protože i ty jsou s dětmi v dennodenním kontaktu a podílí se na chodu školky. Přesně znění dotazníku je součástí přílohy (Příloha č. 9: Standardizovaný dotazník pro pedagogické pracovníky 1).

Jednalo se o dotazník o 5 otázkách a jedné bonusové navíc, pokud chtěli pedagogičtí

pracovníci poskytnout zpětnou vazbu nebo komentář. 2 otázky byly uzavřené a měřily kvantitativní údaje, pedagogičtí pracovníci v jedné otázce prostřednictvím zaškrtačích políček uváděli, zda ve školkách děti daná média používají (samostatně, ale i pod vedením). Jednalo se o televizi, notebook/PC, tablet, rádio, mobil, knihy a časopisy. V další otázce uváděli, kolik času s jednotlivými médii ve školce stráví. Zde byly zahrnuty: televize, notebook/PC, rádio, tablet, knihy (předčítání). Nebyly zde zahrnuty časopisy, protože ve většině případů se jedná o samostatnou činnost, jejíž míra se u každého dítěte liší. Další otázky byly otevřené a podobné těm z rodičovského dotazníku, pedagogičtí pracovníci odpovídali na to, jakým způsobem jsou média ve školce používána, jaké mediální obsahy děti konzumují, dále zda a proč média určitým způsobem omezují/neomezují a jaký je jejich postoj k médiím ve výchově.

Mé pojetí se od Luštincovo liší, ptám se na více médií, protože dnes už je jejich používání běžnější. Více se zaměřuji na postoje pedagogických pracovníků k médiím ve výchově. Luštinec ve svém výzkumu pracoval s celkem 3 dotazníky tohoto typu, já použila 3 dotazníky pro každou školku (v případě Velvar se jednalo o dvě různé třídy, takže bylo rozdáno 6 dotazníků), protože každý pedagogický pracovník může používat média jiným způsobem, celkově jsem obdržela 11 dotazníků. Získala jsem tím širší záběr týkající se postojů pedagogických pracovníků k médiím ve výchově, ale významně se ztížila práce s číselnými daty, např. jak často jsou daná média ve školce používána, protože každý pedagogický pracovník uváděl jiné údaje.

2. 5. 3 Standardizovaný dotazník pro pedagogické pracovníky 2

Tento dotazník byl ve výzkumu použit poprvé. Bylo rozdáno 12 dotazníků a vrátilo se jich 11 (91,7 %). Přesné znění dotazníku je součástí přílohy (Příloha č. 10: Standardizovaný dotazník pro pedagogické pracovníky 2). Cílem dotazníku bylo zjistit, zda má používání obrazovek negativní vliv na některé aspekty dětského vývoje. Dotazník zahrnoval pouze uzavřené otázky, kde pedagogičtí pracovníci v zaškrtačím políčku označovali, nakolik daný aspekt odpovídá očekávaným schopnostem dítěte pro daný věk. Byly zkoumány tyto kategorie: vyjadřovací schopnosti, porozumění, jemná motorika a pozornost. Každá z těchto kategorií byla uvozena tvrzením, např.: „*Dítě rozumí pokynům (přiměřeným pro jeho věk)*“, „*Dítě zvládne udržet pozornost adekvátně ke svému věku*“, apod. Tyto údaje tvořily jeden sloupec. Následující sloupce byly určeny pro označení od 1 – souhlasí (schopnost odpovídá

věku dítěte), 2 – částečně souhlasí (jsou zde určité mezery), 3 – nesouhlasí (schopnost neodpovídá věku dítěte, jsou zde výrazné mezery). Pedagogičtí pracovníci byli vyzváni, aby u dětí uvedli, pokud trpí vrozenými vadami ovlivňující dané oblasti, anebo pokud jsou děti z vícejazyčného prostředí. Pokud tyto aspekty negativně ovlivňovaly výsledky dětí, byly z tohoto šetření vyřazeny.

Pro každé dítě byla určena jedna tabulka o 5 řádcích a 4 sloupcích s výše zmíněnými údaji, přičemž na jednom dotazníku bylo tabulek vytištěno o několik více, než byl předpokládán počet dětí. To, aby byla jistota, že každé dítě bude mít v dotazníku svou tabulku. Následně byly tabulky nadepsány jmény přítomných dětí ve školce a dotazníky poté rozdány pedagogickým pracovníkům k vyplnění. Cílem bylo od každé školky získat ideálně 3 dotazníky, aby byl získán co nejobektivnější pohled na dítě a zamezilo se předpojatosti. Pouze v jedné školce jsem získala 2 dotazníky, ve zbývajících jsem získala dotazníky 3. Tento nepoměr mi poněkud ztížil vyhodnocování. Nakonec jsem postupovala tak, že jsem zprůměrovala jednotlivé údaje u každého dítěte na základě získaných dotazníků s ohledem na výše zmíněnou třístupňovou stupnici. Děti byly poté rozděleny do skupin, podle toho, kolik oblastí u nich vykazovalo patrné nedostatky. Pakliže děti nevykazovaly žádné nedostatky nebo žádný z jejich nedostatků nedosáhl hodnoty 2,0, byly jejich hodnoty brány jako adekvátní jejich věku a označeny číslem 0. Pakliže dítě získalo v určité oblasti hodnocení 2,0 – 2,9, byl jim za každou takovou oblast přičten 1 bod, pakliže dosáhly hodnoty 3,0, byly jim za každou oblast přičteny 2 body. Nejnižší možný bodový počet se rovnal 0 a nejvyšší 8, přičemž čím nižší číslo, tím nižší míra nedostatků a naopak. Následně byly tyto údaje srovnávány s údaji z rodičovských dotazníků o době strávené s danými médii a s rozhovory dětí o jejich mediálních preferencích. Tento na první pohled komplikovaný výpočet byl zvolen z toho důvodu, že kdybych používala čistý průměr, tak by podobných hodnot mohlo dosáhnout dítě, jehož všechny výsledky by dvěma pedagogickými pracovníky byly vyhodnoceny jako zcela adekvátní, ale jeden by je označil stupnicí 2 (tj. že jsou tam patrné mezery) a dítě, které opravdu má jasný nedostatek v jedné oblasti, na kterém se shodnou všichni pedagogičtí pracovníci. Podle mnou použité metody by oblasti prvního dítěte byly vyhodnoceny jako adekvátní věku, zatímco u druhého dítěte by se jednalo o jednu oblast s patrnými nedostatky, a tudíž by bylo zařazeno do jiné kategorie. Pokud bych používala čistý průměr, druhé dítě by ve výsledku bylo hodnocené lépe než první.

2. 5. 4 Experimenty s dětmi

V prvním experimentu byly před děti položeny kartičky s fotografiemi jednotlivých médií. (počítač, televize, mobil/tablet, rádio, kniha a časopis). Inspirovala jsem se Luštincem, který nafotil jednotlivá média a přidal k nim postavičku krtečka, aby pro děti byly fotografie zajímavější. Použila fotografie daných médií, z nichž některé jsem pořídila sama a jiné jsem stáhla z obrazové banky a přidala k nim postavičky Mimoňů z novodobé úspěšné série filmů Já Padouch a Mimoni, aby děti byly více motivovány se na obrázky koukat a odpovídat na položené otázky. Zpětně jsem si však uvědomila, že tyto postavičky mohou být chráněny autorskými právy. Bohužel se mi ani přes veškerou snahu nepodařilo tuto informaci dohledat, a proto jsem se rozhodla nepřiložit tyto fotografie jako součást přílohy.

Co se týče fotografií, zachycovaly jednotlivá média tak, aby bylo pro děti co nejjednodušší je identifikovat. U počítače/notebooku, byla počítačová myš, u televize zase televizní ovladač, mobil i tablet byly drženy v ruce, tak, aby dětem bylo jasné, o jak velká zařízení se jedná. U tabletu bylo ještě dotykové pero. Na obrázku rádia byl zachycen klasický malý přehrávač s anténou, která byla na bílém pozadí velice výrazná. Časopisy byly zachyceny tak, že byla vidět přední strana časopisu ležící na ostatních časopisech, ačkoliv dnes bych to spíše řešila fotografií člověka, který si čte časopis, protože se ukázalo, že časopis je snadné zaměnit za jiné předměty. Co se týče knihy, byly zkombinovány dvě fotografie knih, kdy v jedné byly knihy vyskládány do výšky a v druhé byla vyfotografovaná otevřená kniha.

Děti byly požádány, aby identifikovaly jednotlivá média jejich jmény. Pokud dítě nebylo schopno médium identifikovat, bylo dotázáno znovu poté, co identifikovalo všechna předchozí média. Pakliže dítě uvedlo chybný název, ale po upozornění se dokázalo opravit, byla jeho odpověď uznána jako správná, protože se v tento moment jednalo spíše o nepozornost než o neznalost. Pokud dítě dokázalo médium identifikovat jakýmkoliv jeho jménem, například pokud dítě identifikovalo notebook jako počítač, televizi jako „telku“ apod., byla mu odpověď uznána. Pokud dítě nedokázalo odpovědět, ale odpovědělo správně po nápovědě spočívající v první slabice daného média, byla jeho odpověď uznána jako správná s nápovědou. Pakliže dítě nedokázalo odpovědět nebo odpovědělo několik špatných odpovědí, byla jeho odpověď hodnocena jako chybná. Pokud dítě médium nepoznalo, byla mu správná odpověď sdělena.

V další sekci otázek byly děti dotázány na jednotlivé funkce daných médií. Pakliže otázka

zůstala nezodpovězena, byla dítěti položena další otázka a k nezodpovězené otázce se vrátilo zpětně. Pokud ani tehdy nebyla otázka zodpovězena, byla uzavřena jako nezodpovězena. Děti častokrát uváděly více než jednu činnost, z toho důvodu se součet procent nerovná stu. Vzhledem k podobným funkcím mobilního telefonu a tabletu bylo k oběma médiím přistupováno jako k jednomu. Základní otázka vždy zněla: „*Viš, co se dá dělat (s daným médiem)?*“.

2. 5. 5 Rozhovor s dětmi

Následně probíhaly polostrukturované rozhovory. Děti byly vyzvány, aby si prohlédly obrázky a zvolily si ta média, která mají rády. Děti byly informovány, že počet obrázků není nikterak omezen, a že si jich mohou vybrat kolik chtějí. Děti si nejčastěji vybíraly 3 média, přičemž průměr činil 2,4. Na základě vybraných médií pak byly dětem pokládány sety otázek týkající se daných médií. Pakliže si dítě zvolilo například televizi, byl mu položen set otázek týkající se televize. Pokud by si televizi nezvolilo, nebyly by mu pokládány otázky týkající se televize.

Tento způsob dotazování jsem zvolila z prostého důvodu. Chtěla jsem od dětí získat co nejvíce informací, ale zároveň jsem nechtěla rozhovory zbytečně prodlužovat a děti unavit a odradit je od dalších odpovědí. Rozhodla jsem se proto pokládat otázky tehdy, pokud dítě mělo k médiu pozitivní vztah (tzn., že jej označilo jako oblíbené), protože takto byla nejvyšší šance, že mi dítě sdělí více o tom, jak dané médium používá. Sety byly dítěti položeny pokaždé, když označilo určité médium jako své oblíbené. Pakliže dítě odpovědělo na některou z otázek setu záporně, nebyly mu pokládány další otázky z daného setu. Například pokud uvedlo, že nepoužívá počítač, pak nemělo smysl se jej ptát, jaké hry na počítači hraje apod. Sety otázek vypadaly takto:

Počítač

- Proč se ti líbí počítač?
- Používáš počítač?
- Hraješ nějaké hry na počítači?
- Jaké hry hraješ?

Televize

- Proč se ti líbí televize?
- Sleduješ televizi?
- Na co se v televizi koukáš?

Mobil/tablet

- Proč se ti líbí mobil/tablet?
- Používáš mobil/tablet?
- Hraješ nějaké hry na mobilu/tabletu? Pokud ano, jaké?
- Sleduješ videa na mobilu/tabletu? Pokud ano, jaké?

Rádio

- Proč se ti líbí rádio?
- Posloucháš rádio?
- Co na něm posloucháš?

Kniha

- Proč se ti líbí knihy?
- Prohlížíš si knihy sám?
- Předčítá ti někdo?
- Jaké knihy?

Časopis

- Proč se ti líbí časopis?
- Děláš něco s časopisem?
- Prohlížíš si časopisy s někým?
- Jaké časopisy?

V další části rozhovoru byly děti vyzvány, aby naopak označily média, která se jim nelíbí. Počet obrázků, které si děti mohly vybrat opět nebyl nijak limitovaný. Následně dětem byla položena otázka, proč se jim dané médium nelíbí.

K tomu, aby byla získána společná hodnota ukazující postavení jednotlivých médií zahrnující jak hlasy obliby, tak hlasy averze, byla použita metoda sečtení rozdílu mezi pozitivními a negativními reakcemi na dané médium. Tato hodnota potom sloužila jako ukazatel obliby daného média.

2. 6 Realizace výzkumu

V každé školce jsem pracovala s jiným počtem dětí, nejvíce jich bylo v MŠ Velvary (31), dále v MŠ Kyselka (18), MŠ Opletalova (17) a MŠ Čakovice (3). Celkově jsem tedy vedla rozhovor s 69 dětmi. Výzkumy probíhaly v červnu 2022 (MŠ Kyselka) a v lednu 2023 (MŠ Čakovice, MŠ Opletalova, MŠ Velvary). Do školek jsem se následně vracela o několik dnů později po vyzvání, abych si vyzvedla získané výsledky.

Výzkum samotný probíhal následovně, do školky jsem dorazila ráno, seznámila se s dětmi a pedagogy a vysvětlila podstatu výzkumu. Následně jsem vždy měla k dispozici třídu nebo kancelář, kde jsem mohla samostatně provádět výzkumy s dětmi. Na začátku jsem si přepsala seznam přítomných dětí splňující věkový požadavek a přiřadila k nim čísla. Poté jsem si volala jednotlivé děti. Děti nechodily nutně v pořadí, v jakém jsem je očíslovala, ale na tom příliš nezáleželo, protože číslování bylo potřebné především pro anonymitu rodičovských dotazníků. Výzkum jsem vždy vedla pouze s jedním dítětem. Na začátku výzkumu jsme se s dítětem pozdravili, zeptala jsem se na jméno a na to, jak se dneska má. Následně jsme zahájili experimenty a rozhovory. Rozhovory s dětmi trvaly různě dlouho, podle toho, jak bylo dítě výřečné, a to od 2 minut 9 sekund do 12 minut 8 sekund. Přičemž v obou případech se jedná o krajní hodnoty. Standardně trvaly rozhovory od 5 a půl minuty do 9 minut.

Po realizaci experimentů jsem použila čísla dětí k vyplnění rodičovských dotazníků. Tato čísla jsem znala pouze já, nikoliv pedagogičtí pracovníci. Rodičovské dotazníky jsem vložila do obálky, kterou jsem nadepsala jménem dítěte, ale obálku jsem neuzavřela. Cílem bylo, aby rodič po vyplnění dotazníku dotazník zalepil do původní obálky se jménem. Důvodem byla snaha zajistit anonymitu a co nejupřímnější odpovědi rodičů. Některé odpovědi se vrátily v jiné obálce, anebo bez obálky. V takových případech jsem dotazník zpátky identifikovala za pomoci přiřazeného čísla. Dále jsem nadepisovala hodnotící dotazníky pro pedagogické pracovníky, tam jsem používala skutečná jména dětí, protože anonymní hodnocení dětí v tomto případě nebylo nezbytné.

2. 7 Specifika výzkumu prováděného s dětmi

Výzkum prováděný s dětmi se vyznačuje svými specifiky a jistými omezeními, na které je nutné brát zřetel. Předškolní děti zpravidla nedokáží číst a psát, a proto nelze volit výzkumné metody založené na těchto schopnostech. Slovní zásoba dětí a jejich schopnost komplexního uvažování je do značné míry limitovaná. Výzkumník proto musí pokládat otázky tak, aby jim děti dokázaly porozumět a zároveň počítat s tím, že odpovědi, které obdrží, nemusí být nutně přesné a vypovídající.

Při výzkumu s předškolními dětmi je rovněž třeba počítat s fenoménem naznačeným v kapitole *Psychologický vývoj dítěte předškolního věku – Komunikační dovednosti*, a tím je fabulování. Dítě nedokáže jasně určit hranici mezi skutečností a smyšlenkami, což se může projevit na jeho odpovědích.¹⁴⁵ Děti mohou rovněž pociťovat jistou ostýchavost před výzkumníkem. Mohou vykazovat známky úzkosti a nervozity, které mohou ovlivnit jejich odpovědi.¹⁴⁶

3. Praktická část

Praktická část diplomové práce se skládá z několika kapitol:

1. Mediální povědomí dětí
2. Mediální preference dětí
3. Konzumované obsahy
4. Používání médií
5. Média a jejich místo ve výchově
6. Hodnocení pedagogů
7. Srovnání s předchozím výzkumem

Veškerá data týkající se kapitol 2-6 byla získána kombinací dvou nebo více výzkumných metod, zatímco první otázka se spoléhá výlučně na výpovědi dětí a poslední na srovnání s předchozím výzkumem. Mediální povědomí dětí

¹⁴⁵ THOROVÁ. *Vývojová psychologie*. s. 387.

¹⁴⁶ GUST VON LOH a HENKEL. *Media Literacy in Kindergarten*. s. 258.

3. 1 Mediální povědomí

3. 1. 1 Mediální povědomí dětí – identifikace jednotlivých médií

Na základě výsledků tohoto šetření lze konstatovat, že mediální povědomí mezi dětmi je velice vysoké. Úspěšnost identifikace médií celkově dosáhla téměř 89,4 %. Připočteme-li poznání médií s nápovědou, jedná se o 95,9% úspěšnost. Neúspěšná identifikace médií (tzn. neúspěšná i přes nápovědu) dosáhla pouhých 4,1 %. Celkem 34 dětí (49,2 %) bezpečně poznalo všech 7 médií, 15 dětí (21,7 %) dokázalo úspěšně identifikovat všechna média s jednou nápovědou, a 3 děti identifikovaly všechna média za pomoci dvou nápověd (jedna nápověda ke každému médiu). Dohromady tedy dokázalo všechna média identifikovat, ať už bez nápovědy či maximálně dvěma drobnými nápovědami 52 dětí (tj. 75,3 %). Celkem 15 dětí (22,7 %) dokázalo identifikovat 6 médií s jednou až dvěma drobnými nápovědami, 1 dítě (1,4 %) identifikovalo 5 médií a 1 dítě (1,4 %) identifikovalo 4 média.

Co se týče jednotlivých médií, jediné médium, které dokázaly bezpečně identifikovat všechny děti, byla kniha. Druhé místo sdílí televize a mobilní telefon, které nebyly rozpoznány jedním dítětem. Na třetím místě se umístil počítač, který úspěšně poznalo 66 dětí (tj. 95,7 %). Dalším velice snadno rozpoznatelným médiem byl tablet, který poznalo 63 dětí (91,3 %). U zbývajících médií byla úspěšnost identifikace nižší. Rádio bylo rozpoznáno 55 dětmi (79,7 %) a časopis 43 dětmi (62,3 %). S identifikací dvou posledních médií měly děti největší problém. Časopis byl často označován jako kniha, méně častěji jako noviny, sešity, omalovánky, karta, „netopis“, ale též jako čaj a čára (na základě nápovědy, že dané médium začíná na slabiku „ČA“). Rádio bylo jednou dívenkou identifikováno jako klavír.

3. 1. 2 Mediální povědomí dětí – funkce jednotlivých médií

3. 1. 2. 1 Funkce počítače

Na otázku: „*Co se dá dělat s počítačem?*“ dokázalo odpovědět 63 z 69 dětí (91,3 % dětí). Nejčastější odpovědí byla práce. Takto se vyjádřilo 27 dětí (42,8 %). Toto poněkud prvenství mohlo být částečně ovlivněno pandemií koronaviru v letech 2020-2021, která způsobila dočasný, ale někdy též permanentní přesun pracovních povinností do domácího prostředí. Toto popsala malá Dominika: „*Maminka tam má kameru v práci.*“ Druhou aktivitou, kterou děti uváděly nejčastěji byly hry. Takto odpovědělo celkem 19 dětí (30,2 %). Na třetím místě se umístilo psaní, které uvedlo 13 dětí (20,63 %). Psaní na počítači může mít řadu funkcí,

může se jednat například o pracovní činnost, komunikaci, vyhledávání informací apod. Další odpovědi byly mnohem méně frekventované. 5 dětí (7,9 %) zastává názor, že počítač slouží ke sledování filmů či pohádek a jedno dítě dodalo, že na počítači se mohou pohádky stahovat. Celkem 7 dětí (11,1 %) vnímá počítač jako prostředníka komunikace, ať už v podobě psaní zpráv (4 děti) nebo volání (3 děti). 3 děti odpověděly, že na počítač se dá koukat. Kdyby taková odpověď zazněla jako funkce televize, dala by se interpretovat jednoduše jako sledování televize. V tomto ohledu je však možná dvojí interpretace. Koukat může znamenat, že jedinec sleduje svou vlastní aktivitu na počítači (například film) nebo to může znamenat, že jedinec sleduje někoho jiného při interakci s počítačem. To, že děti sledují ostatní (např. starší sourozence, kamarády) při používání počítače potvrdili během výzkumu některé děti i rodiče. To potvrzují i slova Elišky: „*Já nemám počítač, jenom koukám.*“ 3 děti vnímají počítač jako pomůcku pro studium, což je z velké části ovlivněno tím, že počítače jsou dnes standardní součástí vzdělávání. Tyto odpovědi mohou být do určité míry následkem doby koronaviru, kdy se děti vzdělávaly v domácím prostředí. 3 děti si u počítače všimaly schopnosti přehrávat audio, v podobě písniček (2 děti) nebo jak se vyjádřila Karolínka: „*poslouchat něco do sluchátek.*“ Další odpovědi byly spíše ojedinělé, 2 děti se přiklonily k tomu, že počítač slouží k počítání, k prohlížení fotografií, nákupu a kreslení. Mezi zcela unikátní odpovědi patřilo prohlížení něčeho, sledování YouTube, ježdění myši a puštění počítače.

3. 1. 2. 2 Funkce televize

Na otázku „*Co se dá dělat s televizí?*“ dokázalo odpovědět 66 dětí (95,7 %). Hlavní funkce televize je podle dětí zřejmá, 42 dětí (63,6 %) má televizi spojenou s pohádkami. Tato jednoznačná převaha pohádky nad jakoukoliv jinou odpovědí není nikterak překvapující s ohledem na informace uvedené v kapitole týkající se mediálního kontextu v ČR a sledování televize. Pohádky jsou navíc určeny primárně pro dětské publikum a jsou vytvořeny tak, aby zaujaly dětského diváka.

Jako druhou nejčastější funkci uvedlo 16 dětí (24,2 %) filmy. Filmy nejsou primárně určeny pro děti. Znamená to tedy, že děti si všimají nejen obsahů určených pro ně, ale i pro dospělé. Třetí nejčastější odpovědí, která zazněla celkem 13krát (tj. 19,7 % respondentů) bylo uvedení konkrétního pořadu, nejčastěji se přitom jednalo o zprávy, které zazněly 8krát (12,1 %), přičemž jednou byly specifikované jako BBC News a v jednom případě šlo o dětské zprávy neboli Zprávičky. Ve zbývajících případech děti uvedly jiné pořady, např. Ulici či

Simpsonovy. Rovněž zazněly 3 konkrétní pohádky: Jeníček a Mařenka, Popelka a Ledové Království.

Podle 13 dětí (19,7 %) se na televizi dá koukat, aniž by přitom specifikovaly konkrétní sledovaný obsah. 3 z dětí však dodaly, že se v televizi dá dívat na cokoli či na všechno. Tyto odpovědi odráží šíři televizních kanálů a rozšíření nových platforem jako Netflix nebo HBO Go, poskytující divákovi nebyvalé možnosti konzumovaného obsahu.

Ani jedna z těchto odpovědí není nijak překvapující a podobné odpovědi bychom od dětí mohly slyšet i v dřívější době. Avšak odpověď, která se umístila na čtvrtém místě, názorně demonstruje vývoj médií. 11 dětí (16,6 %) vnímá televizi jako prostor pro hraní her, jak potvrdila například pětiletá Petra: „*Když máš speciální televizi, tak můžeš hrát na ní hry.*“ Lze tedy konstatovat, že děti nemusí vnímat televizi pouze jako médium, které mohou pasivně sledovat, ale jako médium, s kterým mohou aktivně interagovat. Ačkoliv se nejedná o primární funkci televize, byla tato funkce během výzkumu několikrát dětmi zmíněna, často s tím, že ony samy na televizi hrají hry. K hraní her však většinou nestačí jen zařízení samotné, jako je tomu například u počítače nebo tabletu. Zpravidla je potřeba mít k televizi herní zařízení, např. playstation nebo joystick. Toto vcelku trefně vystihla pětiletá Lenka: „*Můžeš hrát takový hry. Jako ne s ovladačem, ale jiným.*“ Další častou odpovědí bylo zapínání či pouštění televize, které zaznělo celkem 7krát (10,6 %). Zbytek odpovědí byl různorodý. 2krát byl zmíněn internet, přičemž jednou se jednalo o nepřímou zmínku skrz platformu YouTube. 2krát byly zmíněné televizní programy, jednou všeobecně, podruhé konkrétní program ČT Děčko. Jeden chlapec si všiml technických parametrů televize, jako je ovládání, či vypojení z elektřiny. Další dítě poznamenalo, že na televizi lze poslouchat písničky.

Celkově lze říci, že 98,5 % všech odpovědí na to, co se dá dělat s televizí, zahrnovalo určitou formu sledování. Pouze jedno dítě uvedlo jako jedinou funkci televize hraní her. Vezmeme-li v potaz pouze odpovědi, které se týkají výlučně sledování televize (tj., že odpověď nezahrnovala žádnou jinou funkci), získáme 78,8 % z celkových odpovědí. Zbývající odpovědi zahrnují kombinaci her a sledování televize (15,2 %) nebo jiné aktivity a sledování televize (4,5 %). Jedna zmíněná odpověď zahrnovala pouze hraní her.

3. 1. 2. 3 Funkce mobilu a tabletu

Na otázku: „Jaká je funkce mobilu a tabletu“ dokázalo odpovědět 66 dětí (95,7 %). Jednalo se o směs velice různorodých odpovědí, vzhledem k tomu, že mobil a tablet nabízejí celou řadu rozličných funkcí. Tento fakt potvrdila svou odpovědí Veronika: „*Mobil a je na tom skoro všechno. Dají se tam hrát hry, telefonovat, malovat, psát a koukat se na pohádky a tak.*“ Většinu odpovědí je však možné klasifikovat do tří hlavních kategorií: komunikace, sledování různých druhů videí a hraní her.

Nejčastější odpovědí bylo hraní her, které jako funkci mobilu a tabletu uvedlo 40 dětí (60,6 %). Jak říká malý Ondřej: „*Hraje si s tím táta.*“ Komunikace, která je pro mobilní telefon primární funkcí, se umístila na druhém místě, a to při sečtení veškerých odpovědí týkajících se jakéhokoliv druhu komunikace (posílání zpráv, telefonování apod). Tento fakt může poukazovat na to, že v současné době ustupuje primární funkce mobilů do pozadí. Mobil v dnešní době zdaleka neslouží jen ke komunikaci, ale kombinuje funkce všech médií dohromady. Na druhou stranu to také může být tím, že výzkum slučoval mobil i tablet. Zhruba polovina dětí (47 %) uvedla jako funkci mobilu a tabletu volání, přičemž 2 děti svou odpověď konkretizovaly jako volání s rodiči: „*Třeba tady můžeš volat někoho, třeba tatínek ti může volat,*“ „*Volat tátovi a mamce.*“ Další část odpovědí, která se týkala komunikace, zahrnovala psaní zpráv, které uvedlo 6 dětí (9 %) nebo posílání „něčeho“, které uvedlo jedno dítě.

Další početně zastoupenou odpovědí bylo sledování videí, které pod různými odpověďmi uvedlo 17 dětí (25,6 %). Nejčastěji se přitom jednalo o pohádky, které byly zmíněny 9krát (13,7 % z celkových odpovědí). 4krát byla zmíněna videa (6 % z celkových odpovědí) a 1krát film. U videí jsem se setkala se zajímavým lingvistickým fenoménem, neboť 2 děti použily neexistující zdvojnásobení slova video: „*Zavolat nebo koukat na videjčka,*“ „*Koukat se na videjčka nebo si tam něco číst třeba.*“ Z toho je patrné, že slovo video je pevnou součástí dětského slovníku a jako důsledek byla vytvořena tato drobnělna. Některé děti během této otázky projevíly znalost konkrétních platforem, které zazněly 4krát, přičemž nejčastěji se jednalo o YouTube (jedenkrát označený jako YouTube Kids), zmíněn byl ale také TikTok: „*Koukat na Tiktok a na Youtube.*“ Jednou z dalších odpovědí, která zazněla 9krát (13,6 %) bylo psaní, bez specifikace, o jaký druh psaní se jedná.

Další častou odpovědí bylo slovo „koukat“, které zaznělo 8krát. V tomto ohledu je zajímavé

srovnání časopisu a tabletu. Z jazykového hlediska děti většinou neměly problém s terminologií týkající se internetového světa, např.: stahovat, instalovat, posílat, vyhledávat apod. Obecné slovo „koukat“ bylo u mobilu a tabletu použito 8krát (12,1 %). U časopisu tuto odpověď děti uvedly téměř v třetině případů (29 %), frekventovaněji než slovo „číst“ (25,8 %) nebo „prohlížet“ (19,4 %), což může poukazovat na mnohem lepší obeznámenost dětí s terminologií týkající se nových médií než s terminologií týkající se médií klasických.

Děti si ve svých odpovědích všimaly i méně zřejmých funkcí mobilu a tabletu, jako je například focení. To zaznělo celkem v 6 případech (9 %). Pětiletá Magda svou odpovědí poukázala na to, že focení nemusí sloužit k focení okolí, ale též k focení sebe sama: „*Můžeš si kreslit na tabletu, když máš tu tužku nebo se fotit.*“ Magda takto jednoduše popsala fenomén *selfies*, neboli fotoportrétů sebe sama, které získaly na popularitě na počátku desátých let (v souvislosti s rozvojem přední kamery). V roce 2013 bylo slovo selfie vyhlášeno slovem roku.¹⁴⁷ Magda se také nepřímo dotkla i další časté odpovědi spojené s mobily a tablety, a to jsou speciální tužky, kterými lze na tabletu psát a malovat. Malování bylo zmíněno 4krát (6 %) a speciální tužka 2krát.

Další odpovědi již byly veskrze minoritní. V 5 případech (7,6 %) zazněla odpověď, která určitým způsobem reflektovala práci či studium, přičemž učení a studium bylo zmíněno 3krát, zatímco práce 2krát. Můžeme pozorovat zásadní rozdíl ve vnímání funkcí počítače a mobilu a tabletu. Médium, které lidé využívají k práci, je převážně počítač, ale mobil či tablet také mohou být využity pro pracovní činnost, avšak děti to nepovažují za elementární funkci mobilu či tabletu. Počítač je vnímán jako pracovní nástroj v 39,1 %, zatímco mobil a tablet je takto vnímán v pouhých 3 %. Zaměříme-li se na herní funkci obou médií, můžeme si všimnout, že si jí děti u počítače všimají v 27,5 %, zatímco u mobilu a tabletu v 60,1 %. Dříve přitom mohl být tento poměr odlišný, neboť mobilní telefony byly tlačítkové a sloužily převážně ke komunikaci, nikoliv k hraní her, zatímco hraní her na počítači má dlouhodobou tradici. Méně frekventovanou odpovědí bylo „na něco se podívat“. Tato odpověď zazněla 3krát (4,5 %), 2krát bylo zmíněno čtení, poslech hudby a stahování/instalace her, 1krát zaznělo počasí, internet a vyhledávání informací.

3. 1. 2. 4 Funkce rádia

Rádio bylo společně s knihou médiem, jehož funkci dokázalo určit nejvíce dětí, konkrétně

¹⁴⁷ PERAICA, Ana. *Culture of the Selfie: Self-Representation in Contemporary Visual Culture*. s. 7-8.

67 (97,1 %). Stejně tak se většina dětí shodla na funkci rádia, kterou 62 dětí (92,5 %) spatřuje v písničkách. Druhou nejčastější odpovědí, která nebyla zmiňována zdaleka tak často, byly pohádky. Takto odpovědělo celkem 10 dětí (14,9 %). 4krát se v odpovědích objevil poslech zpráv (6 %). Je vidět, že písničky jsou pro děti u rádia zcela dominantní funkcí. Zbytek odpovědí byl rozmanitý. 3 děti odpověděly jednoduše, že rádio slouží k poslechu rádia nebo lidí, co v nich hovoří. „*Poslouchat tam písničky a co tam povídá pán v rádiu.*“ Dvě děti mají rádio spojené se zpěvem: „*Zpívat, zapnout muziku nebo písničky.*“ Pouze 1 odpověď zahrnovala CD: „*Pouštět písničky a dávat cédečka.*“. To, že tato odpověď zazněla mezi 62 odpověďmi a potažmo v celém výzkumu pouze jednou, může poukazovat na ústup CD jako nosiče zvukových obsahů. V současné době jeho funkci nahradily např. mobilní telefony či USB disky.

3. 1. 2. 5 Funkce knihy

Jak již bylo zmíněno, většina dětí neměla problém s určením funkce knihy. Dokázalo ji určit 67 z 69 dětí, tj. 97 % všech respondentů. Drtivá většina z nich (98,5 %) se též shodla na primární funkci knih, kterým je podle nich určitá forma čtení. Jediná odpověď, která nezahrnovala čtení, zněla takto: „*Můžeme koukat, a můžeme taky v tom vidět, co bude.*“ Kromě obecného čtení ale velká část dětí (31,3 %) vnímá jako hlavní funkci knih čtení pohádek. Jedno dítě má čtení knih spojené s uspáváním. Některé děti byly specifictější a zmínily konkrétní pohádku, např. Ledové Království. Čtení a čtení pohádek je pro děti nejvýznamnější funkcí knih, zbývající odpovědi byly minoritního charakteru. 3 děti (4,5 %) vnímají knihu jako něco, do čeho je možné se koukat nebo co si lze prohlížet, 2 děti spojují knihy s učením a 1 dítě s počítáním.

3. 1. 2. 6 Funkce časopisu

Časopis byl jedním z médií, u kterých měly děti naopak problém jeho funkci definovat. Podařilo se to 62 dětem (89,9 %). Primární funkcí časopisu je podle většiny dětí určitá forma prohlížení. Do hodnocení byly zahrnuty odpovědi: koukat se, prohlížet si, dívat se a obrázky (což fakticky znamená totéž, protože děti, které neumí číst, se věnují převážně obrázkům). Shodla se na tom bezmála polovina všech dětí (49,2 %). Odpovědi některých dětí na to, co lze dělat s časopisem, zahrnují zajímavé postřehy: „*Koukat se a to nudí,*“ nebo, že funkci časopisu je: „*Koukat se na něj, když na záchodě kakáš.*“ Přibližně čtvrtina dětí uvedla, že časopis je určen ke čtení. Jedná se o nižší číslo než prohlížení, a to nejspíše z toho důvodu, že děti v daném věku většinou neumí číst a soustředí se převážně na činnost, kterou ony

samy s časopisem vykonávají nebo je to možné vysvětlit tak, že v dětských časopisech převažuje obrazová složka nad textem, a proto je prohlížení považováno za dominantní funkci časopisu. Děti ale také uváděly aktivnější způsoby používání časopisu, všimaly si například vyplňování úkolů, které uvedlo 11 dětí (16,4 %). Deset dětí (16,1 %) se ve svých odpovědích soustředilo na kreativní atributy časopisu, 8 dětí (12,9 %) má časopis spojený s kreslením či vybarvováním a další 2 děti (3,2 %) jej vnímají jako prostor na vyrábění, jak popsala malá Nina: „*Koukat a dělat způsoby. Třeba vystříhnout podle toho obrázku co tam je a pak to tam nalepit.*“ Pět dětí (7,5 %) časopis vnímá jako místo na psaní. Další funkce časopisu jsou různorodé a minoritní. Podle 2 dětí může být časopis zdrojem pohádek, 1 dítě je vnímá jako prostor ke zjišťování nových informací, další k učení, hraní nebo k nákupu „*Když se na něm budeš koukat, tak se ti něco líbí a koupíš si to.*“ Podle Šimona zase časopis slouží k prohlížení hraček: „*Můžeš se koukat na jaký hračky jsou tam napsaný na stránkách. Já jeden taky mám, časopis s hračkama.*“

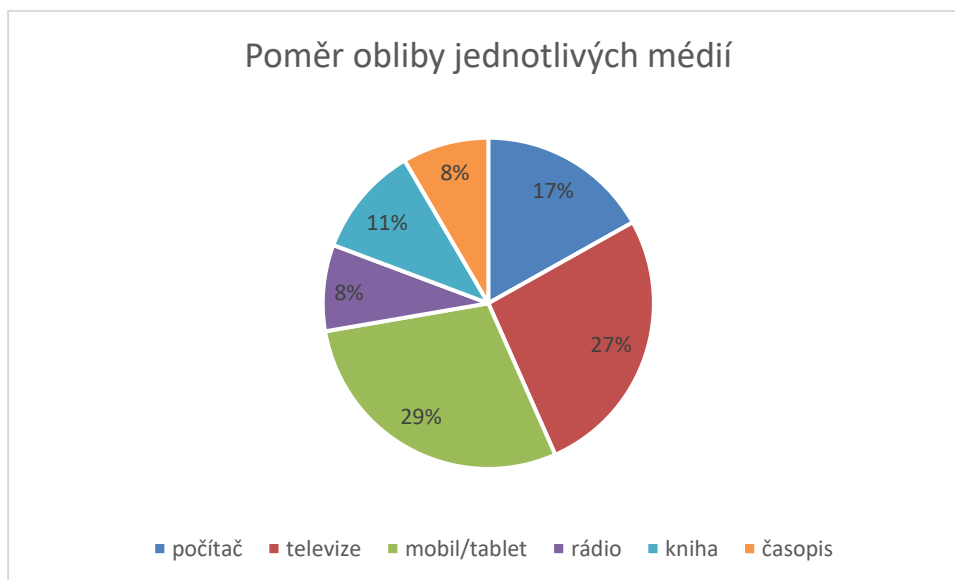
3. 2 Mediální preference

Tato kapitola vychází ze dvou šetření, konkrétně z rozhovorů s 69 dětmi a z dotazníků navracených 39 rodiči. Cílem této kapitoly je přinést obraz oblíbenosti jednotlivých médií mezi 5-6letými dětmi. Kapitola je rozdělena do tří podkapitol souvisejících s konkrétním typem šetření. První podkapitolou jsou *Preference a averze jednotlivých médií*, kde jsou popsána média, která děti volily jako oblíbená a neoblíbená. Ve druhé podkapitole *Důvody oblíbenosti a averze vůči jednotlivým médiím* jsou detailně vysvětleny důvody, které děti k daným volbám vedly. Třetí podkapitola *Rodičovské hodnocení oblíbenosti médií* vychází z první části rodičovského dotazníku, kdy rodiče hodnotili oblíbenost různých typů médií u svého dítěte.

3. 2. 1 Preference a averze jednotlivých médií

3. 2. 1. 1 Preference u jednotlivých médií

Tohoto experimentu se zúčastnilo 67 dětí, 2 zbývající děti si žádná média nevybraly.

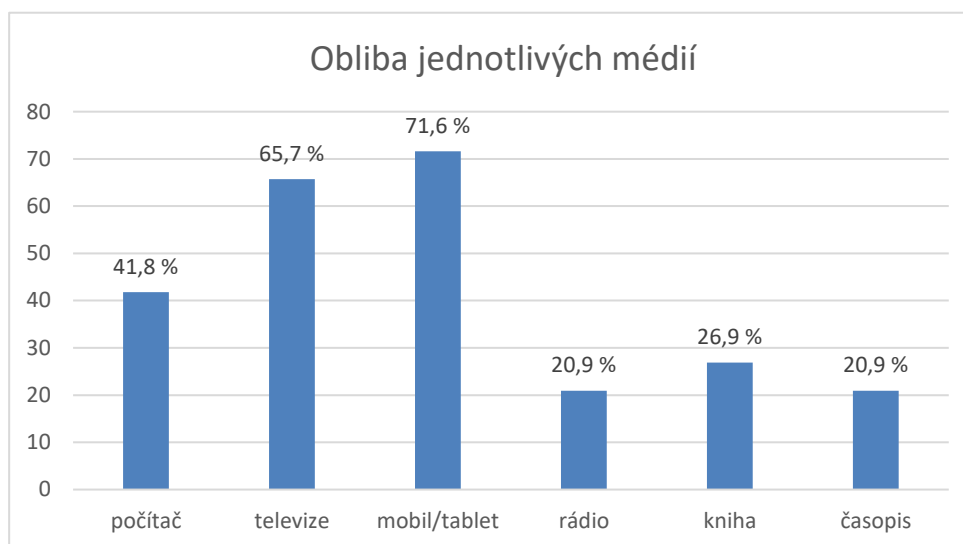


Příloha č. 1 – Poměr oblíbenosti jednotlivých médií (graf). Zdroj dat: Autor.

V předloženém grafu můžeme vidět míru oblíbenosti jednotlivých médií. Uvedené údaje ukazují, v kolika procentech byla jednotlivá média zvolena jako oblíbená v porovnání s médii ostatními. Z výsledků vyplývá, že nejoblíbenějšími médii jsou média obrazková, která byla zvolena v 73 % procentech případů. Na prvním místě se umístil mobil a tablet s 29 %, na druhém místě televize s 27 % a počítač se 17 %. Zatímco rozdíl mezi médii umístěnými na prvních dvou příčkách jsou pouhá 2 %, u počítače můžeme pozorovat pokles 12 % od mobilu a tabletu a 10 % od televize. Tento pokles je možné vysvětlit tím, že počítač nemusí být v porovnání s ostatními obrazkovými médii pro děti tak atraktivní, neboť podle údajů z otázek o mediálním povědomí, je velkou částí dětí považován za pracovní nástroj (39,1 %) a až poté za herní nástroj (27,5 %). V tomto ohledu je počítač poražen mobilem a tabletem, neboť ten děti vnímají jako prostor pro hraní her v 60,6 %, stejně tak je v jiném ohledu poražen televizí, protože ta je v 63,6 % případů vnímána jako prostor pro sledování pohádek, přičemž počítač je vnímán jako prostor pro sledování pohádek a jiných videí pouze v 7,2 % případů.

Tištěná média byla zvolena v 19 %, přičemž populárnější byla kniha s 11 % a méně populární byl časopis, který získal stejně jako rádio 8 %. Dohromady byla tištěná média o 2

procentní body populárnější než počítač, ale jednotlivě jej porazit nedokázala, stejně tak jako společně nedokázala porazit televizi a mobil s tabletem. Menší oblíbenost rádia a časopisu může být způsobena tím, že děti daná média dostatečně dobře neznají, protože rádio v dnešní době ustupuje do pozadí vůči ostatním médiím a časopis není v každé rodině odebírán.



Příloha č. 2 – Obliba jednotlivých médií (graf). Zdroj dat: Autor.

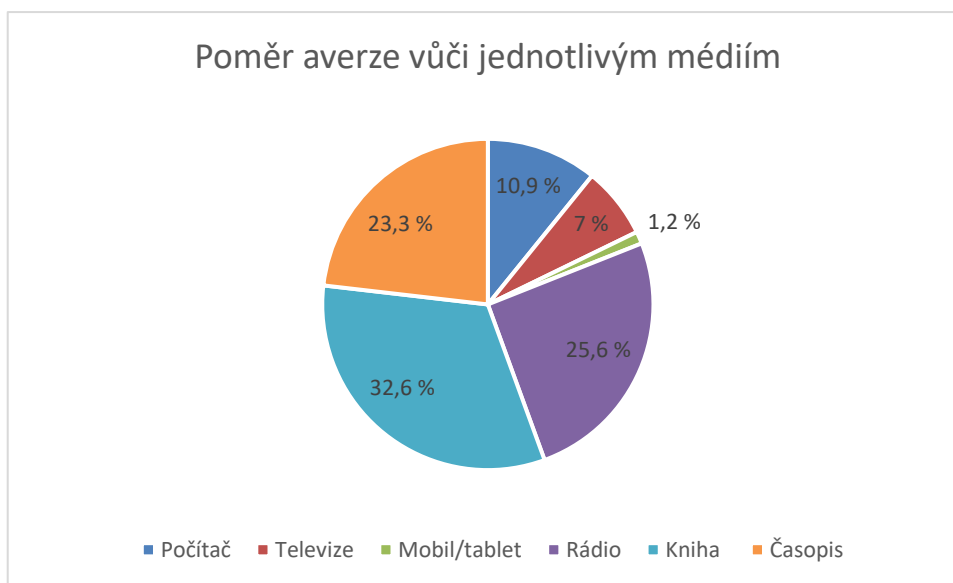
Druhý graf ukazuje, kolik procent dětí si při dotazování na oblibu médií daná média zvolilo. Můžeme vidět, že nejpopulárnější mobil a tablet si zvolilo 71,6 % dětí, tedy téměř $\frac{3}{4}$ respondentů. Následuje televize s 65,7 %, počítač s 41,8 %, kniha s 26,9 % a poslední místo sdílí rádio s časopisem, které si shodně vybralo 20,9 %.

Jak bylo zmíněno, děti si mohly vybrat více než jedno médium, a tak se často objevovaly kombinace 2 a více médií. Nejčastější kombinací byla televize s mobilem/tabletem. Tato dvojice se buďto samostatně, nebo s 1-2 dalšími médii objevila ve 44,7 % odpovědích. Dohromady se tedy jedná o 44,7 % dětí, které mezi svá oblíbená média řadí současně televizi a mobil/tablet. Nejčastější samostatnou kombinací byla trojice počítač, televize, mobil/tablet. Přesně tuto kombinaci si zvolila přibližně pětina dětí (20,1 %), dalších 6 % dětí si zvolilo tuto trojici v kombinaci s dalším médiem (rádio, kniha). Přibližně čtvrtina dětí si tedy zvolila všechna tři média s obrazovkou. Další opakovanou kombinací byl tablet sám o sobě, pouze tablet si zvolilo 9 % dětí.

3. 2. 1. 2 Averse vůči jednotlivým médiím

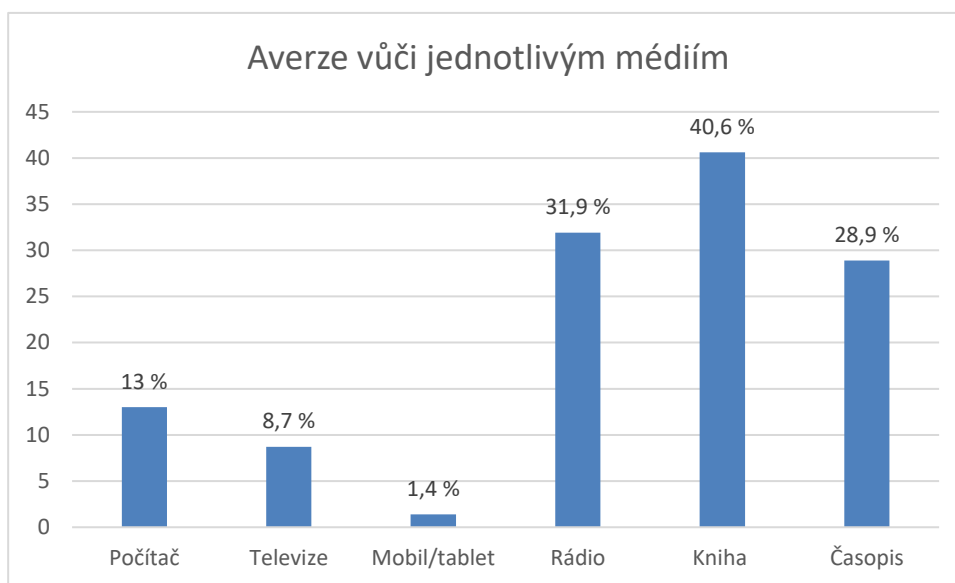
Existuje 6 hlavních důvodů, proč děti mají negativní vztah k médiím:

1. neumějí je používat,
2. nemají je doma,
3. nelíbí se jim vizuálně,
4. nelíbí se jim, způsob, jak je používají ostatní,
5. nedokáží určit, proč je nemají rády,
6. mají objektivní důvod, proč je nemají rády.



Příloha č. 3 – Poměr averze vůči jednotlivým médiím (graf). Zdroj dat: Autor.

V příloze č. 3 můžeme vidět poměr averze vůči jednotlivým médiím mezi danými médii. Jedná se o údaj, kolikrát bylo v celkovém počtu neoblíbených médií dané médium označeno jako neoblíbené. Nejhuře dopadla kniha, která byla jako neoblíbené médium označena přibližně v každém třetím případě. Rádio se umístilo o něco huře než časopis, ale v obou případech lze říci, že každé čtvrté neoblíbené médium bylo rádio a časopis. Nejlépe pak dopadla vizuální elektronická média, která byla volena jako neoblíbená nejméně často.



Příloha č. 4: *Averze vůči jednotlivým médiím* (graf). Zdroj dat: Autor.

V příloze č. 4 můžeme vidět, kolik dětí si jednotlivá média zvolilo jako nejméně oblíbené. Nejhůře se umístila kniha s 40,6 %, to znamená, že téměř každé druhé dítě má ke knize negativní vztah. Dále se umístilo rádio s 31,9 % a časopis s 28,9 %. Kniha a rádio přesahují 30 % a časopis dosahuje téměř 30 %. Lze tedy říci, že všechna tato média jsou mezi dětmi neoblíbená. O dost lépe si vedla ostatní, tedy vizuální elektronická média. Pakliže sečteme procenta všech vizuálních elektronických médií, získáme hodnotu 23,1 %. Z toho vyplývá, že averze vůči všem těmto médiím dohromady zdaleka nedosahuje averze vůči zbývajícím médiím, tj. rádiu, knize a časopisu. Počítač se ze všech tří vizuálních elektronických médií umístil nejhůře, jako neoblíbený jej zvolilo 13 % dětí, což koresponduje se třetím místem, které počítač získal v oblíbě. Jedná se o oblíbené médium, ale ne tolik jako mobil/tablet či televize. Televize byla zvolena jako neoblíbená 8,7 % dětí a následuje mobil s tabletem, které jako neoblíbené označilo jedno dítě.

Srovnáme-li tyto údaje s výsledky opačného šetření (Proč se ti líbí dané médium?), zjistíme, že výsledky se z velké části zrcadlí, tzn., že média, která jsou mezi dětmi nejoblíbenější, nejsou volena jako neoblíbená a naopak. Děti nejsou rozdělené na dva viditelné tábory, které by preferovaly různá média, jejich volby se do značné míry podobají.

3. 2. 2 Důvody oblíby a averze vůči jednotlivým médiím

Následující údaje byly získány prostřednictvím rozhovorů s dětmi, poté co děti daná média označila jako oblíbená či neoblíbená. Děti byly dotázány, proč se jim dané médium líbí či

nikoliv.

3. 2. 2. 1 Počítač

Počítač se umístil v trojici nejoblíbenějších médií společně s televizí a mobilem/tabletem, z těchto se však umístil na poslední příčce. Jako oblíbené médium si jej zvolilo 28 dětí a jako neoblíbené 9 dětí. Sečtením těchto hodnot získáme bilanci +19.

3. 2. 2. 1. 1 Proč se ti líbí počítač?

Otázka: „*Proč se ti líbí počítač?*“ byla položena 28 dětem. Které počítač označily jako své oblíbené médium a zodpovědělo ji 23 z nich. Nejčastějším důvodem, proč mají děti rády počítač, se ukázaly být počítačové hry. Tento důvod uvedlo 10 dětí (43,5 %), mezi nimi i Honzík: „*Protože maminka vždycky, když je večer, tak si na něm zahraju.*“ Druhý nejčastěji uváděný důvod bylo sledování pohádek, které uvedly 4 děti (17,4 %), včetně Dominiky, která svou odpověď zdůvodnila takto: „*Protože tam jsou pohádky, a já miluju pohádky.*“ Další důvody obliby počítače byly různorodé a nelze je snadno kategorizovat. 3 děti se ve svých odpovědích naznačily, že za oblibou počítače v stojí vidina společné aktivity s někým, koho mají rády. Za vše mluví odpověď malého Jiříka: „*Že když s tátou tam děláme věci spolu,*“ nebo odpověď malé Kláry: „*Protože až budu velká, budu si na něm hrát s tatínkem počítačový hry.*“ Pro to, aby děti měly nějaké médium rády však někdy stačí, aby k médiu měli vztah jeho rodiče, což potvrzuje malá Johanka: „*Protože na něm pracuje maminka.*“ Odpovědi, které zahrnovaly aktivity rodičů na počítači, byly celkem 3. Dvakrát se jako důvod objevila tužba nebo naděje na používání v budoucnu. Jednou zazněla odpověď týkající se studia: „*Maminka mě pustí na to, když mám tu angličtinu, tu lekci,*“ dále prohlížení fotografií, poslech hudby a videa. Další odpovědi byly též jedinečné, ať už si všímaly vizuálního vzhledu: „*Protože se mi líbí, jak vypadá. Tenhle vypadá strašně moderně.*“ nebo například součástí počítače: „*Protože ráda ťukám na klávesnici.*“

3. 2. 2. 1. 2 Proč se ti nelíbí počítač?

Počítač je, stejně jako další média s obrazovkou, mezi dětmi populárním médiem. Jako neoblíbené médium jej označilo 9 dětí, což činí 13 % všech dětí. Osm z těchto dětí dokázalo svou volbu zdůvodnit. Důvodem, který zazněl ve 2 případech (25 %), byla častá a dlouhotrvající přítomnost rodičů na počítači. „*Protože maminka na nich pořád pracuje a nemá na nás čas*“ nebo „*Že na něm je maminka.*“ Z těchto odpovědí je možné vyvodit, že některé děti vnímají počítač jako protivníka, s kterým musí soupeřit o pozornost rodičů. Ještě

jedna z odpovědí zahrnovala přítomnost rodiče na počítači, ale nejedná se o primární důvod averze k počítači: „*My jsme ho měli, ale mě moc nebaví, máma na něm vždycky něco píše a já k ní vždycky chodím.*“ Z této odpovědi ovšem nelze jasně vyvodit, zda je přítomnost rodiče na počítači vnímána jako negativní. Dvakrát zazněla odpověď naznačující, že počítač není určen dětem: „*Protože můj tatínek mi to nedovolí, protože počítač je jenom pro maminky a tatínky,*“ nebo „*Protože tam nemáme nic pro děti.*“ Zajímavou odpověď, proč nemá rád počítač, přinesl Tobiáš: „*Když tam jsou na něm smutný fotky.*“ Jeho odpověď naznačuje, že byl v minulosti svědkem smutných fotografií na počítači. To se může stát velice snadno, stačilo by mu, aby se díval přes rameno rodiči, který na počítači navštěvuje sociální sítě, na kterých se často objevují fotografie vyvolávající silné emoce. Dalšími důvody pro averzi vůči počítači byla například jeho absence: „*Protože ho nemám*“, případně absence schopností počítač ovládat: „*Já na něm neumím hrát.*“

3. 2. 2. 2 Televize

Televize se mezi dětmi umístila na druhém místě, co se popularity týče. Jako své oblíbené médium si ji zvolilo 44 dětí (63,8 %) a jako nejméně oblíbené 6. Sečtením těchto hodnot získáme bilanci +38.

3. 2. 2. 2. 1 Proč se ti líbí televize?

42 dětí dokázalo svou volbu zdůvodnit. Důvod, proč se televize mezi dětmi těší vysoké oblibě je ten, že se na ní děti rády dívají. Pouze ve 3 případech nezahrnovala odpověď sledování nějakého obsahu, 2krát se jednalo čistě o hraní her: „*Já tam jezdím s bugynou, to máme nainstalovaný v televizi. My máme docela vybavenou televizi,*“ a v jednom případě šlo o zapínání televize bez specifikace účelu. Nejčastějším důvodem, který vedl děti pro volbu televize, jsou pohádky. Ty jako důvod obliby uvedla více než polovina dětí (59,5 %). Toto potvrdila například Dominika svými slovy: „*Protože miluju pohádky,*“ nebo Tonda: „*Mám v pokoji televizi. Koukám na ní na pohádky, ale máma mi ji pořád vypíná.*“ 8 dětí (19 %) jako důvod uvedlo sledování televize obecně, bez specifikace konzumovaného obsahu. 3 děti (7,1 %) však jako důvod obliby televize uvedly konkrétní pořad nebo oblíbeného hrdinu, konkrétně Tlapkovou patrolu, mimoně¹⁴⁸ a Harryho Pottera: „*V televizi koukám na Harryho Pottera a na knížkách mi mamka a tatka nebo brácha čtou Harryho Pottera.*“ V jednom případě nebyl popsán konkrétní pořad, jako spíše druh pořadu: „*Protože tam mám*

¹⁴⁸ Volba mimonů však mohla být způsobena vyobrazením mimonů na kartách s obrázky jednotlivých médií.

zajímavý věci, na který se koukám. Třeba tam jsou dokumenty o vesmíru a o vzniku Země.“ Třikrát byly jako důvod oblíbenosti uvedeny filmy. Dalším důvodem pro oblíbenost televize, který rovněž zazněl 3krát, bylo hraní her: *„Protože se na ní můžu koukat. Máme tam takovou hru, kde závodím, ale nám teďka moc nejde, děda ji bude muset opravit.“*

3. 2. 2. 2 Proč se ti nelíbí televize?

Televize byla druhým nejméně voleným nepopulárním médiem, hned po mobilu a tabletu. Jako své nejméně oblíbené médium si ji zvolilo pouze 6 dětí (8,7 %), přičemž 4 z nich dokázaly svou volbu objasnit. V jednom případě byl negativní postoj k televizi odůvodněn jejím vzhledem: *„Protože je černá“*, v jiném případě dítě uvedlo, že jej televize příliš nebaví. Některé děti nemají rády televizi kvůli zprávám: *„Nemám ráda zprávy, jen ty z Děčka, ale ty jiný ne.“* Poslední důvod je netradiční: *„Nejmíň mám ráda televizi, protože pak mě z toho bolí oči.“* Navzdory uvedeným komentářům se však televize, stejně jako další média s obrazovkou, těší vysoké oblíbenosti.

3. 2. 2. 3 Mobil/tablet

Mobil a tablet byly zdaleka nejpopulárnějším médiem. Tuto dvojici si zvolilo 48 dětí (69,5 %), zatímco pouze 1 dítě označilo mobil a tablet jako neoblíbené (ani jeho odpověď nebyla jednoznačně negativní). Můžeme tedy konstatovat, že většina dětí má mobil/tablet ráda, maximálně k němu zaujímá neutrální postoj. Lze to vysvětlit tím, že mobil/tablet slučují všechny významné funkce médií, a navíc jsou dostupné prakticky kdykoliv kdekoliv. Sečteme-li hodnoty oblíbenosti a averze, získáme hodnotu +47.

3. 2. 2. 3. 1 Proč se ti líbí mobil/tablet?

Na otázku, *„Proč se ti líbí mobil/tablet“* dokázalo odpovědět 41 z nich (83,7 %). Více než polovina dětí (56 %) uvedla, že důvodem oblíbenosti tohoto média je pro ně hraní her. Tento názor sdílí malý Dan: *„Protože já už mám svůj vlastní a mám na něm spoustu her.“* 2 děti dodaly, že si hry samy stahují: *„Že jsem si stáhla hodně dobrý hry na tablety.“* Stahování her přitom není zcela jednoduchá činnost a vyžaduje jistou mediální gramotnost. Důvody, proč jsou hry u dětí natolik populární, je více. Hry jsou pro děti atraktivní, zpravidla hezky esteticky zpracované a umožňují okamžitou zábavu. Hry navíc většinou nevyžadují sluchátka (jako například sledování pohádek) a mohou tak být hrány kdykoliv a kdekoliv. Deset dětí (24,3 %) jako důvod oblíbenosti mobilu a tabletu uvedlo sledování video obsahů, nejčastěji se přitom jednalo o pohádky, které tvořily polovinu všech obsahů (5 dětí, 12,2 %

z celkového počtu), dále 3krát nspecifikovaný obsah: „*Já mám ráda tabletku a telefon, když se na něco dívám,*“ „*Protože na něj koukám vždycky v noci*“ a jednou též specifikovaný obsah: „*Wednesday – to je taková holčička, jaká je celá do černýho.*“ V jednom případě zazněl server YouTube a „videjčka“. Důvod pro preferenci mobilu a tabletu se u 7 dětí (17 %) ukázal být spojený s vlastnictvím, přičemž u 5 dětí se jednalo o aktuální vlastnictví: „*Protože mám mobil, hodně dětí ze školky má, a protože se mi na něm líbí furt*“ a u 2 dětí naděje na vlastnictví v budoucnu: „*Po narozeninách půjdu do školy a budu chodit do školy s telefonem.*“ V tomto ohledu je vlastnictví telefonu spojené s určitou změnou postavení – mobil je pro „velké“ a když ho dítě bude vlastnit, znamená to, že je taky „velké“. Čtyři děti (9,8 % dětí) mají mobil a tablet rády, protože na něm mohou kreslit či vybarvovat. Děti nspecifikovaly, zda na mobil/tablet kreslí pomocí tužky či prstu. Zbývající důvody pro oblibu mobilu/tabletu jsou minoritní, zastoupené vždy jedním dítětem. Jedno dítě je má rádo z důvodu vyhledávání informací, další ho rádo používá k učení nebo volání. Poslední zmíněné činnosti však nejsou primárními činnostmi, které by přispívaly k oblibě těchto médií mezi dětmi.

3. 2. 2. 3. 2 Proč se ti nelíbí mobil/tablet?

Ze všech 69 dětí pouze 1 dítě označilo mobil/tablet jako své nejméně oblíbené. Jako zdůvodnění uvedlo toto: „*Protože to je trošku nahlas a seká se to.*“ V tomto ohledu tedy nelze přesně říci, zda má skutečně dítě k mobilu/tabletu negativní vztah, anebo zda je to zapříčiněno problémy s konkrétním zařízením.

3. 2. 2. 4 Rádio

Rádio bylo uvedeno jako oblíbené médium 14 dětmi (20,8 %), přičemž 22 jej označilo jako nejméně oblíbené. Sečteme-li tyto hodnoty, získáme hodnotu -8 a tím předposlední pozici, co se oblíbenosti týče.

3. 2. 2. 4. 1 Proč se ti líbí rádio?

Důvod oblíbenosti rádia je u většiny dětí shodný – mají jej rádi kvůli písničkám. Jak se například vyjádřila Monika: „*Protože hezký písničky zpívají.*“ Písničky jako důvod oblíbenosti uvedlo celkem 11 dětí (78,6 %). „*Líbí se mi to, protože tam můžeš napustovat různé písničky.*“ Ačkoliv hudební složka představuje nejvýznamnější důvod oblíbenosti rádia, jsou tu ještě další aspekty, které děti na rádiu oceňují. Dvě děti (14,3 %) mají rádio rády kvůli tanci: „*Protože tam jsou písničky a já na ně tancuju.*“ V jednom případě byla jako důvod oblíbenosti uvedena

anténa a v dalším případě pohádky. Ty jako důvod oblíbenosti uvedla Jana: „*Protože tam si můžu dát CD a poslouchat pohádky.*“ Poslech pohádek tedy není většinou primárním důvodem oblíbenosti rádia u dětí.

3. 2. 2. 4. 2 Proč se ti nelíbí rádio?

Rádio bylo společně s časopisem označeno jako druhé nejméně populární. Jako médium, které nemají rády, jej označilo 22 dětí, což představuje zhruba třetinu všech dětí. 19 z nich dokázalo svou volbu zdůvodnit. Důvody, které děti k zavrnutí rádia vedly byly různorodé, ale málokdy souvisely s nabízeným obsahem rádia (zatímco oblíbenost rádia vycházela převážně z obsahu). V drtivé většině případů poukazyvaly na hlasitost rádia, která mnoha dětem vadí. Takto se vyjádřilo 8 dětí (42, 1 %): „*Protože dělá strašný zvuky,*“ „*Protože řve strašně,*“ „*Protože mě rozčiluje ta hudba, protože se mi to nelíbí, že je to hlasitý,*“ „*Třeba jednou, když jsme byli u babičky, tak strejda přivezl rádio, dali si to tak nahlas, že my jsme museli utéct k naší tetě do pokoje.*“ Je patrné, že hlasitý poslech rádia dětem vadí, jednalo se totiž o nejsilnější emočně zabarvené odpovědi v celém výzkumu. Hlasitost rádia, kterou lze řadit do způsobů, jakým média používají ostatní, však nebyl jediným důvodem nízké oblíbenosti rádia. Dalším uváděným důvodem byl negativní postoj k hudbě nebo k některým písničkám. Konkrétně takto odpověděly 4 děti (21 %), mezi nimi malá Aneta: „*Mně se moc nelíbí rádio, protože tatínek se se mnou vždycky pere, protože tatínek si vždycky chce pustit písničky, který tam jsou příšerný a já se vždycky bojím.*“ nebo Bára: „*Protože nechci poslouchat žádnou hudbu.*“ Dvě děti (10,5 %) jako důvod uvedly, že rádio nepoužívají: „*Já nemám ráda rádio, protože ho nemám doma.*“ Další 2 děti si všimaly omezení rádia jakožto média: „*Protože na tom se dají poslouchat jenom písničky,*“ případně: „*Protože se tam nemůžeš na nic podívat.*“ Oba tyto argumenty lze snadno pochopit, protože v době, kdy mobilní telefon/tablet dokáže převzít většinu funkcí ostatních médií, působí rádio značně limitujícím dojmem. Jednou byl jako důvod nízké oblíbenosti uveden vzhled média: „*Nelíbí se mi ta anténa*“ a jednou byl zmíněn specifický osobní důvod: „*Protože když jsem u babičky, tak občas zapne rádio a pak se pletu v mluvení.*“

3. 2. 2. 5 Knihy

Knihy se u předškolních dětí netěší velké oblíbenosti. Jako oblíbené médium si ji zvolilo 18 dětí a jako neoblíbené médium ji uvedlo 28 dětí. Sečteme-li tyto výsledky dohromady, získáme hodnotu -10. Znamená to tedy, že 40,6 % dětí má ke knize negativní postoj, 33,3 % neutrální postoj a pouze 26 % vůči ní zaujímá pozitivní postoj. Jedná se o nejméně oblíbené médium.

Existuje několik důvodů, proč tomu tak může být, například kvůli tomu, že předškolní děti většinou nejsou čtenáři. Ve vztahu ke knihám se tedy musí spoléhat na osobu, která jim předčítá, anebo na prohlížení obrázků. Obrázky v knihách mohou být pro děti zajímavé, ale jak ukázal výzkum, pakliže si děti mohou médium svobodně vybrat, dávají přednost vizuálním elektronickým médiím. V porovnání s těmito médii pak nemusí pro děti kniha působit dostatečně atraktivně.

3. 2. 2. 5. 1 Proč se ti líbí kniha?

Tato otázka byla položena 18 dětem, které uvedly knihy jako své oblíbené médium, přičemž každé z nich dokázalo svou volbu zdůvodnit. Nejčastější odpovědí, která zazněla v necelé polovině případů (44,4 %) bylo předčítání. „*Protože mám zajímavý věci tam, někdy maminka mi čte pohádku před spaním, ale někdy se jenom pomazlíme.*“ Ukazuje se, že společné čtení knih je nejvýznamnějším faktorem přispívajícím k oblibě knihy. Dalším častým důvodem, který děti pro oblibu knihy uváděly, jsou pohádky. Ty byly uvedeny ve 4 případech (22,2 %). Tři děti (16,7 %) uvedly, že si knihu rády prohlížejí nebo čtou, další 2 děti (11,1 %) zmínily, že mají rády obrázky. Další 3 děti knihy oceňují jako zdroj nových informací.

3. 2. 2. 5. 2 Proč se ti nelíbí kniha?

Knihy byla dětmi hodnocena jako nejméně oblíbené médium. 28 dětí si ji zvolilo jako své nejméně oblíbené médium, což je více než 40 % všech dětí. 22 dětí dokázalo svou volbu zdůvodnit. Proč je mezi dětmi kniha tak nepopulární? Ukázalo se, že hlavním důvodem je neschopnost dětí číst. Tento důvod uvedlo 11 dětí (50 %). „*Já nemám rád knížky, protože ještě neumím číst knihy a v některých jsou obrázky a v jiných nejsou.*“ Pět dětí nemá rádo knihy právě kvůli absenci obrázků a přemíře písmen, což se fakticky doplňuje s tím, že děti neumí číst: „*Já jenom nemám rád knížky, který mají jenom čtení, který mají jenom písmena, ale já jenom mám rád knížky, který mají obrázky.*“ „*Ty velký knížky, co nemají obrázky.*“ V tomto případě se nejedná ani tak o averzi vůči knihám jako takovým, ale spíše vůči knihám, které jsou určené starším čtenářům. Šest dětí (27,3 %) nemá knihy rádo, protože je nebaví: „*Protože je to hrozná nuda. Ale někdy si v noci čtu.*“ „*Já koukám radši na tablet.*“ „*Mě to nebaví číst, je tam hodně písmen.*“ „*Knížky nemám rád, ale kdyby tam byli nějaký Legovi pand'uláci, tak to miluju.*“

Ačkoliv se tedy kniha umístila na poslední příčce, není to pro knihu tak špatný výsledek. Pro většinu dětí spočívá důvod nízké obliby knihy v tom, že nedokáží číst. Pakliže se děti číst

naučí, jejich postoj se možná změní. Možným způsobem, jak posilovat oblibu knihy u předškolních dětí je předčítání, protože jak se ukázalo, předčítání je nejsilnějším důvodem, proč mají děti knihu rády.

3. 2. 2. 6 Časopis

Časopis si jako oblíbený zvolilo 14 dětí a 20 dětí jej označilo jako své neoblíbené médium. Sečtením těchto hodnot získáme bilanci -6. Celkově se tedy časopis umístil na 4. příčce v oblíbě.

3. 2. 2. 6. 1 Proč se ti líbí časopis?

Tato otázka byla položena celkem 14 dětem, které si vybraly časopis jako své oblíbené médium. Všechny tyto děti dokázaly svou volbu zdůvodnit. Celkem 4 děti (28,6 %) mají časopis rády, protože si jej mohou prohlížet. Jak o časopisu říká Nina: „*Protože, když si prohlížím s kamarádama, tak je to zábava.*“ Ta svou odpověď potvrzuje, že děti mají rády, když konzumují média s dalšími lidmi (podobně jako děti, které rády hrají počítačové hry s tatínky). Stejný počet dětí na časopisu oceňuje různé úkoly a psaní: „*Protože ráda dělám úkoly,*“ a další 2 děti mají časopis rády kvůli kreslení a vybarvování. Další důvody jsou unikátní, jednou byl jako důvod uveden obsah časopisu: „*Protože v něm je něco o zvířatech, nebo tak,*“ v jiném případě vlastnictví: „*Protože moje máma je furt kupuje.*“

3. 2. 2. 6. 2 Proč se ti nelíbí časopis?

Tato otázka byla položena celkem 20 dětem, které označily časopis jako své nejméně oblíbené médium, přičemž 13 z nich dokázalo svou volbu zdůvodnit (65 %). Nejčastějším důvodem se ukázala být neschopnost dětí číst. Tento důvod uvedly 4 děti (30,8 %). „*Vždycky se mi nelíbí časopis, protože děda se tam vždycky kouká na takový obrázky. Ty obrázky se mi líbí, ale nelíbí se mi ty písmena.*“ Pro některé děti je toto omezení velice frustrující: „*Protože tam jsou písmenka, který neznám, a to mě fakt štve.*“ Dále 3 děti (23 %) uvedly, že časopis považují za nudný. „*Protože jsou hrozně nudný.*“ „*Protože je nuda na ně koukat.*“ Otázkou ovšem je, proč děti považují tato média za nudná. Je to tím, že je děti skutečně považují za objektivně nudná média, anebo je příčinou to, že nedokáží tato média plnohodnotně konzumovat? Odpověď na tuto otázku můžeme nalézt u starších dětí, ale u předškolních dětí ji nelze zcela jednoznačně zodpovědět. Některé odpovědi zahrnovaly ještě další aspekty, dva se týkaly obrázků: „*Není tam moc obrázků hraček*“ „*Protože nemám ráda nějaký obrázky.*“ Poslední důvod averze vůči časopisu byl zcela unikátní: „*Protože tatínek*

mi ho bere vždycky, a protože se táta se mnou hádá, protože on si ho chce prohlídnout.“

3. 2. 3 Rodičovské hodnocení oblíbenosti médií

Tyto výsledky byly získány z otázky č. 1 v dotazníku určeném pro rodiče. Jedná se o tabulku, ve které rodiče hodnotili oblíbenost mediálních aktivit svých dětí na stupnici od 0 do 5, kde 0 znamenala, že dítě médium nepoužívá a čím vyšší číslo, tím vyšší oblíbenost. Konkrétní stupnice byla tato:

0 – nepoužívá

1 – nesnáší

2 – nemá v oblíbě

3 – nevdáí mu

4 – má rádo

5 – miluje

Na základě této stupnice pak rodiče hodnotili oblību konkrétních médií. Ani jeden rodič při hodnocení nepoužil číslici 1, tzn., že děti nemají podle rodičů k žádnému médiu vyloženě negativní vztah. Rodiče hodnotili oblību u médií zkoumaných ve výzkumu, tj. počítač, televize, mobil/tablet, rádio, kniha a časopis, s tím rozdílem, že u knihy a časopisu bylo zohledněno předčítání a samostatné prohlížení. Následně je měřena popularita mezi jednotlivými médii u dětí, které daná média používají.

3. 2. 3. 1 Počítač

Ukázalo se, že velká část dětí (64,1 %) počítač nepoužívá. Hodnotami, které se ve vztahu k počítači objevily, byly 3, 4 a 5, tj. nevdáí mu, má rádo a miluje. Podle získaných údajů lze říci, že děti, které počítač používají, v 64,9 % mají počítač rády, ve 28,6 % k němu zaujímají neutrální postoj a v 7,1 % jej milují. Celkový průměr těchto hodnot u dětí, které používají počítač, dosáhl hodnoty 3,8, tedy přechodu mezi neutrálním postojem a oblíbou. Toto hodnocení poměrně koresponduje s hodnocením dětí, u kterých se počítač umístil na třetím místě v oblíbenosti.

3. 2. 3. 2 Televize

Většina dětí televizi používá, rodiče 4 dětí uvedli, že jejich děti televizi nepoužívají (jedná se celkem o 10,3 % dětí). Z dětí, které televizi používají, má 68,6 % z nich televizi rádo, 17,1 % dětí televizi miluje a 14,3 % z nich má k televizi neutrální vztah. Průměrná hodnota u dětí, které televizi používají, dosáhla hodnoty 4. Průměrný postoj dětí k televizi je kladný („má rád“), což rovněž poměrně dobře koresponduje s odpověďmi dětí.

3. 2. 3. 3 Tablet/mobil

Mobil/tablet nepoužívá celkem 6 dětí, tj. 15,4 % dětí, ale u zbytku se těší mimořádné oblibě. Z dětí, které mobil/tablet používají, k němu má 69,7 % dětí kladný vztah, 24,2 % dětí jej miluje a dalších 6 % dětí zaujímá neutrální postoj. Zatímco postoj „má rád“ je u tabletu zastoupený podobně jako u ostatních obrazkových médií, postoj „miluje“ je zastoupený více, v porovnání s televizí se jedná o 7,1 více procentních bodů a u počítače dokonce o 17,1 procentních bodů více. Naopak neutrální postoj je ve vztahu k mobilu/tabletu nejnižší ze všech médií s obrazovkou, tzn., že mobil/tablet je v porovnání s ostatními obrazkovými médii zdaleka nejoblíbenější. Celkový průměr u dětí, které mobil/tablet používají, dosáhl hodnoty 4,2, tj. postoj „má rád“. Tyto odpovědi opět poměrně dobře korespondují s odpověďmi dětí.

3. 2. 3. 4 Rádio

Rádio je médiem, které velká část dětí (43,6 %) nepoužívá, ale je stále používáno více než počítač. U dětí, které rádio používají, převažuje postoj „má rád“ s 68,2 %. Další zastoupený postoj je neutrální zastoupený 22,8 % a postoj „miluje“ zastoupený 9 %. Celkový průměr obliby rádia u dětí, které jej používají, je 3,9, tedy přechod z neutrálního postoje k postoji „má rád“. Zatímco podle rodičů je rádio mezi dětmi poměrně populární, děti se k němu staví více skepticky a podle nich je celkově druhým nejméně oblíbeným médiem.

3. 2. 3. 5 Kniha

Hodnocení tohoto média bylo rozděleno do dvou odlišných sloupců, první měřil oblibu samostatného prohlížení knih, zatímco druhý oblibu předčítání. Kniha je zároveň jediným médiem, kde se objevilo hodnocení 2, tj. „nemá rád“.

Ukázalo se, že pouze 1 dítě si neprohlíží knihy a další 2 děti (5,3 %) nemají samostatné prohlížení knih rády. 21 % dětí má k prohlížení knih neutrální postoj, což je jedna

z nejvyšších hodnot neutrálního postoje. 50 % dětí má prohlížení rádo a 23,7 % dětí prohlížení knih miluje. V postoji „miluje“ prohlížení knih poráží počítač (7,1 %), rádio (9 %) a televizi (17,1 %), samostatné prohlížení časopis (21,9 %) a hodnota je jen o trochu nižší než u mobilu/tabletu (24,2). Výpovědi dětí se však výrazně liší, kniha byla zvolena jako nejméně oblíbené médium. Celkový průměr prohlížení knih dosáhl hodnoty 3,9, umístilo se tedy stejně jako rádio, na přechodu mezi neutrálním postojem a „má rád“ postojem.

Ve sloupci týkající se předčítání, 2 rodiče uvedli, že dětem není předčítáno. 62,1 % dětí má předčítání rádo, což je o 12,1 % více než u samostatného prohlížení a 35,2 % předčítání miluje. Jedná se o nejvyšší výskyt postoje miluje, který poráží veškerá ostatní média, včetně mobilu/tabletu. Celková hodnota oblíbenosti podle rodičů dosahuje 4,3, což je postoj „má rád“. Podle rodičů se jedná o nejoblíbenější aktivitu, která je oblíbenější než mobil/tablet.

3. 2. 3. 6 Časopis

Časopis byl rozdělen podobně jako kniha, tj. samostatné a společné prohlížení časopisu. 18 % dětí si časopis nikdy samo neprohlíží. Ti, kteří si časopis prohlížejí, jej v 53,1 % mají rády, v 25 % k němu zaujímají neutrální postoj a v 21,9 % jej milují. Celková oblíbenost prohlížení rádia dosáhla hodnoty 4 („má rád“), čímž dosahuje stejné hodnoty jako televize a jen o 0,2 bodu nižší než tablet či mobil. V tomto případě se údaje od rodičů a dětí trochu rozcházejí, protože časopis podle dětí nepatří mezi nejoblíbenější média.

Společné prohlížení časopisu je aktivitou, které se věnuje 66,7 % dětí, přičemž 57,7 % z nich k tomu zaujímá kladný postoj („má rád“), 30,8 % velice kladný postoj („miluje“) a 11,5 % neutrální postoj. Společné čtení časopisu dosahuje podle rodičů stejné oblíbenosti, jako nejpopulárnější mobil a tablet, tj. 4,2.

3. 3 Používání médií

Cílem této kapitoly je přinést informace o tom, jaká média a jak často děti daná média používají v domácím prostředí. Dále se tato kapitola snaží demonstrovat různé způsoby, jakými jsou média využívána v mateřských školách. Informace byly získány prostřednictvím uzavřených otázek v dotazníku 39 rodičů a 10 pedagogických pracovníků.

Dotazník pro rodiče obsahoval tabulku s jednotlivými médii:

- Televize

- Notebook/PC
- Tablet/mobil
- Rádio/hudební přehrávač
- Kniha (prohlíží si samo)
- Kniha (je mu předčítáno)
- Časopis (prohlíží si samo)
- Časopis (je mu předčítáno)

Vedle těchto médií rodiče uváděli, kolik dohromady stráví děti na daném médiu týdně hodin (mimo školku). V další tabulce zase rodiče uváděli, zda děti vlastní určitá média, ve smyslu, že jsou skutečně jejich vlastníky, a nejedná se tedy o rodinné zařízení, např.: televize v dětském pokoji vs. rodinná televize v obývacím pokoji. V dotazníku pro pedagogy jednotliví pedagogičtí pracovníci uváděli, zda ve škole daná média využívají (ať už se jedná o samostatnou nebo řízenou činnost). Vynechán byl mobil, protože ten svou podstatou neodpovídá médiu používaném v prostředí mateřské školy. Konkrétně se jednalo o tato média:

- Televize
- Notebook/PC
- Tablet
- Rádio/hudební přehrávač
- Kniha
- Časopis

A dále uváděli po kolika hodinách jsou daná média využívána. V následující tabulce jsou časopis a prohlížení knihy jsou vynechány záměrně, protože se často jedná o individuální činnost a každé dítě může s časopisy a knihami strávit zcela odlišný čas.

- Televize
- Notebook/PC
- Rádio
- Knihy (předčítání)
- Tablet

3. 3. 1 Rodičovský dotazník

3. 3. 1. 1 Používání médií v domácím prostředí

Podle informací získaných od 39 rodičů, tráví děti nejvíce času sledováním televize. Průměrná doba sledování televize je 5 hodin a 41 minut týdně, což je bezmála 50 minut denně. Nejvyšší zaznamenaný údaj byl 20 hodin týdně (necelé 3 hodiny denně). Tento údaj zazněl u 2 dětí. Toto číslo ovšem nemusí znamenat aktivní sledování televize, neboť televizi lze používat jako „kulisu“ k jiné činnosti, např.: hraní. Nejnižší zaznamenaný údaj je 0 hodin týdně, který uvedli rodiče 3 dětí (7,7 %).

Na druhém místě se umístilo předčítání knih, dětem je v průměru předčítáno 3 hodiny a 9 minut týdně, což činí necelou půl hodinu denně. Nejvyšším zaznamenaným údajem je 7 hodin týdně, který uvedlo 8 rodičů (20,5 %), přičemž 2 dětem není předčítáno vůbec. V těsném sledu se umístilo samostatné prohlížení knih, kterým děti tráví v průměru 2 hodiny a 56 minut týdně (zhruba 25 minut denně), nejvíce však 7 hodin (23 % dětí). Děti, které si knihy vůbec neprohlížejí je 12,9 %.

Po prohlížení knih se umístil mobil/tablet, na kterém děti tráví v průměru 2 hodiny a 40 minut týdně (cca 23 minut denně). Nejvyšší zaznamenanou hodnotou bylo 18 hodin a 30 minut týdně, což činí zhruba 2 hodiny a 40 minut denně. Část dětí (23 %) mobil a tablet nepoužívá.

Na páté příčce v četnosti používání se objevilo rádio. To je dětmi v průměru posloucháno 1 hodinu a 58 minut týdně, což je necelých 17 minut denně. Nejvyšší zaznamenanou hodnotou je 14 hodin týdně (2 hodiny denně) a nejmenší 0, kterou uvedlo 43,6 % rodičů. Můžeme vidět, že se jedná o médium, které oproti ostatním médiím ustupuje do pozadí.

Těsně za rádiem se umístilo samostatné prohlížení časopisu, tomu se děti věnují v průměru 1 hodinu a 41 minut týdně, což představuje necelých 15 minut denně. Děti, které si časopis doma neprohlížejí, je 35,9 %, zatímco nejvyšší získaná hodnota je 7 hodin týdně, kterou uvedlo 7,7 % rodičů. Společnému prohlížení časopisu se rodiče s dětmi věnují průměrně 1 hodinu a 29 minut týdně, což představuje necelých 13 minut denně. Nejvyšší zaznamenanou hodnotou je 7 hodin týdně, kterou uvedlo 7,7 % rodičů a nejnižší hodnotou 0, uvedená 16 rodiči (41 %).

Na posledním místě se umístil počítač, který děti v tomto věku průměrně používají 47 minut týdně, což vychází na necelých 7 minut denně, přičemž počítač je nejméně používaným médiem. Nejvyšší naměřenou hodnotou bylo 7 hodin týdně. Děti, které PC nepoužívají je 71,8 %.

3. 3. 1. 2 Vlastnictví médií

Podle údajů uvedených rodiči se ukázalo, že nejvíce vlastněným médiem je tablet. Vlastní ho více než třetina všech dětí, tj. 38,5 % z nich. Vysokou míru vlastnictví lze snadno vysvětlit, tablet je praktické multifunkční médium, které dokáže dítě zabavit prakticky kdykoliv a kdekoliv. Zároveň je pro rodiče výhodnější dát dítěti jeho vlastní tablet, než půjčovat svůj vlastní mobil, kde rodič musí aktivitu dítěte kontrolovat, aby dítě neotevřelo aplikace, které otevřít nemá. Druhým nejčastěji vlastněným médiem je rádio, které vlastní pětina dětí (20,5 %). Několik dětí vlastní svoji televizi (15,4 %) a desetina dětí vlastní svůj mobilní telefon. Je možné vidět nárůst vlastnictví mobilního telefonu mezi 5-6letými dětmi, ale nejedná se o nárůst zásadní. V době Luštinčova výzkumu vlastnilo telefon 7 % dětí.¹⁴⁹ Každopádně většina dětí mobilní telefon nevlastní, protože děti v tomto věku většinou nepotřebují komunikační médium, neboť málokdy chodí někam samy (na rozdíl od školáků). 5,1 % dětí vlastní svůj počítač. Nižší hodnotu u počítače lze vysvětlit tím, že se nejedná o tak snadno ovládané médium a k jeho ovládnutí je třeba určitá dávka zručnosti (dvojitý klik myši apod.).

3. 3. 2 Pedagogický dotazník

3. 3. 2. 1 Používání médií v mateřských školách

Tento dotazník měřil, jakým způsobem jsou jednotlivá média ve školkách používána. Každý z 11 pedagogických pracovníků uvedl, jaká média ve školce používá. V tomto ohledu je zajímavé pozorovat, že se způsob používání médií mezi jednotlivými pedagogickými pracovníky pracujícími ve stejné školce mírně liší.

V mateřské škole Velvary byly zkoumány 2 třídy, přičemž bylo obdrženo 5 dotazníků vyplněných pedagogickými pracovníky. V této školce jsou využívána všechna média (TV, PC, tablet, rádio, časopis, knihy). Všemi pedagogickými pracovníky jsou využívány tablet, knihy, časopisy. Tablet ovšem využívají děti se speciálním vzdělávacím plánem, pro které

¹⁴⁹ LUŠTINEC. Mediální návyky dětí ve věku 5-6 let. s. 70.

tam jsou nainstalované edukační hry, nejedná se tedy o zábavu určenou pro všechny. Knihy jsou využívány všemi pedagogickými pracovníky, a to 2,5 až 3 hodiny týdně každý den, stejně tak jako časopisy. Televizi využívají 2 z 5 pedagogických pracovníků, ale maximálně 1-2krát týdně po dobu 1-1,5 hodiny. Dále je jedním pedagogem používán počítač, který je využíván pro interaktivní program Multiboard. Ten však není využíván příliš často, maximálně 2krát do měsíce po dobu 30 minut. Rádio je využíváno 3 z 5 pedagogických pracovníků, zejména jako doprovod k ranním rozvíčkám 3-4krát týdně.

Z MŠ Čakovice byly získány 3 dotazníky. Jsou zde využívána všechna média kromě počítače (tj. TV, tablet, rádio, knihy, časopisy). Všichni pedagogičtí pracovníci využívají televizi, knihy a časopis, přičemž televize je využívána jednou týdně po dobu 30 minut a z knih je předčítáno každý den 30 minut. Rádio je využíváno pouze jedním pedagogickým pracovníkem, a to 2krát týdně po dobu 30 minut týdně.

Z MŠ v Praze Opletalova byly získány 2 dotazníky. V této mateřské školce jsou využívána všechna média kromě televize a tabletu (tj. PC, rádio, knihy, časopisy). Nejčastěji jsou využívány knihy, kterým je dětem předčítáno 5krát denně po dobu 2,5 hodin týdně (30 minut denně). Počítač je využíván jednou týdně po dobu 1 hodiny a rádio 3krát týdně.

Z MŠ Kyselka byl získán 1 dotazník. Jedná se o školku, která používá nejnižší počet médií. Nepoužívají se zde elektronická vizuální média, ale pouze rádio, knihy a časopisy. Rádio je používáno 3krát týdně po dobu 1 hodiny týdně a knihy jsou předčítány každý den 30 minut.

Je vidět, že prostředí mateřských školek není zdaleka tolik otevřené obrazovkám jako domácí prostředí, ve většině školek převládají knihy, časopisy či rádio. S obrazovkami se obecně ve školkách šetří, televize je používána minimálně nebo vůbec a mobil/tablet s počítačem jsou využívány příležitostně, především pro vzdělávací účely.

3. 4 Konzumované obsahy

Cílem této kapitoly je představit mediální obsahy, které se mezi 5letými a 6letými dětmi těší největší oblibě a jaké jsou obsahy, které konzumují z různých druhů médií, a to jak v domácím prostředí, tak v mateřské školce. Informace byly získány z rozhovorů s dětmi, a dále z otevřené otázky v dotazníku pro rodiče a v dotazníku pro pedagogické pracovníky.

3. 4. 1 Rozhovory s dětmi

3. 4. 1. 1 Počítač

Počítač si jako své oblíbené médium zvolilo 28 dětí. Rozhovor začínal otázkou: „Používáš počítač?“ Pakliže na ní dítě odpovědělo záporně, nebyly mu pokládány další otázky týkající se jeho aktivity na počítači.

3. 4. 1. 1. 1 Používáš počítač?

První otázka: „*Používáš počítač?*“ byla položena 28 dětem, přičemž ji zodpovědělo 26 dětí. 22 z nich (84,7 %) uvedlo, že počítač používá, další 4 děti počítač nepoužívají. Některé ze zmíněných 4 dětí svou odpověď upřesnily, jako například Dominika: „*Maminka mi to zakazuje.*“ nebo Tomáš: „*Ne. Já jsem ještě nikdy nebyl na počítači, ale má nejlepší hry.*“ Nejčastější aktivitou, kterou děti na počítači dělají, je hraní her. Takto odpovědělo 12 dětí (54,5 %). Druhou nejčastější aktivitou je sledování pohádek, které uvedlo 5 dětí (22,7 %). Další aktivity se různily. 2krát bylo uvedeno psaní, které mají některé děti rády, přestože jej ještě zcela neovládají: „*Píšu si sama pro sebe, nevím, co to je.*“

3. 4. 1. 1. 2 Hraješ nějaké hry na počítači? Pokud ano, jaké?

Dětem, které na otázku: „*Používáš počítač?*“ odpověděly kladně byla položena otázka na to, zda hrají hry, případně jaké. Otázka byla položena 24 dětem (4 zbývající děti uvedly, že na počítači nic nedělají). Na tuto otázku dokázalo odpovědět 20 dětí, přičemž 15 odpovědělo kladně a 5 záporně. Na základě výpovědi 15 dětí (12 chlapců, 3 dívek) byl získán hrubý obraz herních preferencí. Šest dětí (40 %) uvedlo jako svou oblíbenou hru Minecraft. Některé z dětí se ukázaly být velkými fanoušky této hry: „*Minecraft. Miluju Minecraft.*“. 4krát zazněla odpověď týkající se her s auty: „*My jsme jeden dostali od kolegy z práce od tátovo a měl na ní jednu hru, auta. Takový bourací závody a normální bouračky.*“ V dalších odpovědích zaznělo například střílení slepic, metrový simulátor, Marvell, hrdinové a další. Tyto hry se těší v oblibě především u chlapců. Žádná dívka nezmínila, že by hrála Minecraft (v otázkách týkajících se mobilu/tabletu takto odpověděla 1 dívka) nebo třeba auta. Nutno podotknout, že dívek bylo v této části výrazně méně než chlapců, přesto se jejich herní preference od chlapeckých výrazně lišily: „*Že tam děláme nějaký panáčky a že tam půjdou třeba do kina nebo na hřiště*“ nebo „*Nějaký ošetřování a Elsu a Annu. A ještě na něm hraju nějakou kuličku.*“ Poslední z holčiček uvedla herní klasiku – Mária.

3. 4. 1. 2 *Televize*

Televizi označilo jako své oblíbené médium 44 dětí. Ty byly následně dotázány na to, zda sledují televizi, a pokud ano, na co se v ní dívají.

3. 4. 1. 2. 1 *Sleduješ televizi? Pokud ano, na co se v ní koukáš?*

Tato otázka byla položena všem 44 dětem, které televizi označily jako své oblíbené médium. Všechny děti na tuto otázku odpověděly kladně. Při dotazu, co v televizi sledují, dokázaly děti bez problémů uvést své oblíbené pořady, s výjimkou jednoho chlapce, který namísto toho popsal hru, kterou na televizi hraje. Některé děti namísto pořadů a filmů uváděly platformy nebo televizní programy. Děti uvedly více než 30 různých pořadů, v drtivé většině zahraniční produkce. Jediný pořad české produkce, který v průběhu výzkumu zazněl, byl Večerníček, avšak ten byl zmíněn pouze jednou. Kouzelná školka nebyla zmíněna vůbec. Většina zmíněných pořadů a filmů je animovaných, ačkoliv se objevilo i několik hraných (např.: Harry Potter). Velká část zmíněných obsahů je určena dětem, ale objevily se i pořady určené pro starší publikum (Simpsonovi, Jurský park), nejedná se však o převažující trend.

Děti kromě pořadů také uváděly jednotlivé platformy, 2krát zazněl Netflix (4,7 %), 1krát HBO Max a 4krát YouTube (9,3 %). Takto se k jednotlivým platformám vyjádřila Petra: „*Na HB Max, na Netflix někdy a na Youtube už moc ne. Protože tam jsou kraviny a já nechci koukat na kraviny.*“ V 7 případech také děti zmínily televizní kanál Děčko (16,3 %). Tyto údaje ovšem nelze považovat za reprezentativní, neboť otázka necílila primárně na platformy či televizní programy. Každopádně tyto informace doplňují ostatní získané údaje. Některé děti se u této otázky rozmluvily, a kromě uvedení názvu pořadu se rozhodly své oblíbené pořady popsat: „*Na YouTube a na Lumpíky. To je pohádka, ale strašná blbost, jak tam dělají vždycky lumpárny a je tam medvěd, a tomu se nelíbí, jak tam má pořad diskotéku. To jsou takový blbosti, ale chci to pouštět pořad, protože je to taková blbost.*“

Vzhledem k rozmanitému množství sledovaných obsahů uváděly děti různé druhy pořadů a filmů, aniž by se přitom významně opakovaly. Nejoblíbenější pohádkou, která zazněla celkem v 6 případech (14 %) byla Tlapková patrola. Pět dětí (11,6 %) uvedlo, že se kouká na pohádky, aniž by je přitom blíže specifikovaly. Stejný počet dětí zmínil Disney pohádky, ve 3 případech se jednalo o Ledové království a v 1 případě byla zmíněna Locika¹⁵⁰. Jedna dívka uvedla klasické pohádky jako je Sněhurka nebo Popelka. Popelka může být hraná,

¹⁵⁰ Hlavní hrdinka pohádky Na vlásku.

například z pohádky Tři oříšky pro Popelku, ale vzhledem k tomu, že byla tato pohádka zmíněná vedle Sněhurky, bude se jednat spíše o klasické animované Disney pohádky. Čtyři děti zmínily Mimoně¹⁵¹ (9,3 %), Tři děti (6,97 %) uvedly, že sledují Binga, Simpsonovy a Harryho Pottera: „*Na Harryho Pottera. To jsou takový filmy tam na tom. Já jsem viděla i první díl, ale ten se mi nelíbí vůbec, není vůbec strašidelnej.*“ Ve dvou případech děti uvedly Šmouly, Spongeboba a Prasátko Peppu. Ve zbývajících případech se jednalo o ojedinělé a neopakující se pořady a filmy. Těmi jsou: Lolymanie, Vasraketák, Vampirina, Scoubidou, Strážci lesa, Pošuci, Ninja Go, Nast'a, Minišéf, Mašinka Tomáš, Madagaskar, Lumpíci, Lego a Ben 10 Versus the Universe. Ve 3 případech nebyly zmíněny konkrétní pořady, ale postavy, jako např.: princezny, víly a kočky.

3. 4. 1. 3 Mobil/tablet

Mobil a tablet si jako své oblíbené médium vybralo 48 dětí, kterým následně byly položeny otázky týkající se mobilu a tabletu.

3. 4. 1. 3. 1 Používáš mobil/tablet?

Všem 48 dětem byla položena otázka, zda používají mobil či tablet. Tuto otázku dokázalo zodpovědět 47 dětí (97,9 %). Drtivá většina odpověděla, že mobil a tablet používají, případně že jej vlastní. Pouze 2 odpovědi lze částečně považovat za záporné: „*Nemám tablet, ale brácha má tablet a tam hraje hry, takový auta a já koukám,*“ ačkoliv v tomto kontextu záleží na tom, zda vnímáme koukání na někoho jiného jako aktivitu na mobilu/tabletu či nikoliv. Další záporná odpověď byla: „*Ne, protože mi ho někdo vzal, protože na něm furt blázním a furt se na něj koukám.*“ V tomto případě není mobil/tablet používán v důsledku předchozího problematického používání těchto médií. Velká část dětí na tuto otázku odpověděla prostě ano, některé děti (26) však odpověděly detailněji. V takovém případě většinou uváděly hry (12) a sledování různých typů videí (4). Dvakrát bylo zmíněno malování: „*Kreslím a potom když zmáčknou hvězdičku, tak ono se to celý vymaže,*“ a komunikace: „*Tam dole, když to zatočím, tak tam mám takový napsaný videohovor a tam mi to funguje, já to umím*“ nebo focení. V jednom případě byl zmíněn YouTube: „*Hraju a koukám na youtubko a na druhý youtubko,*“ a psaní: „*Hraju na něm hry, dívám se na pohádky a já píšu, protože umím jen trochu psát.*“

¹⁵¹ Opět se může jednat o důsledek mimoňů na fotografiích daných médií.

3. 4. 1. 3. 2 Hraješ nějaké hry na mobilu/tabletu? Pokud ano, jaké?

Otázka „*Hraješ nějaké hry na mobilu a tabletu?*“ byla položena všem 48 dětem, přičemž ji zodpovědělo 47 z nich. 41 z nich (87,2 %) uvedlo, že hry hraje. Odpovědi na otázku, jaké hry hrají, byly velice různorodé a děti v nich zmínily více než 40 druhů různých her, přičemž hry se prakticky neopakovaly. To je vzhledem k počtu dětí velice vysoké číslo. Svědčí to o tom, že si děti mohou vybírat z obrovského množství her. Vzhledem k tomu, že se hry neopakovaly, se můžeme domnívat, že předškolní děti se při hraní her neřídí tím, které hry jsou momentálně populární. V tomto ohledu může být rozdíl mezi předškolními dětmi a školáky. Děti si totiž do školky mobilní telefony a tablety většinou nenosí a nemohou si tak mezi sebou vzájemně ukazovat hry, které hrají a vzájemně se inspirovat k jejich stažení. Zároveň předškolní děti většinou neumí číst, a tudíž nemusí bezpodmínečně znát název hry – o tom svědčí fakt, že většina dětí nedokázala uvést konkrétní název hry, ale dokázala ji popsat. V neposlední řadě, ne všechny děti jsou natolik zdatné, aby si dokázaly stáhnout hru, kterou chtějí.

Vzhledem k tomu, že děti často nedokázaly hru pojmenovat a jejich popisy byly značně omezené, byla kategorizace her významně ztížená. 6 dětí (14,6 %) uvedlo, že hraje hry zaměřené na zvířata nebo péči o ně, např. krmení zvířátek, Kocour Tom, My Little Pony atd. Stejný počet dětí hraje hry na základě filmové nebo seriálové adaptace: Šmoulové, Spiderman, Tlapková patrola aj. Pět dětí (12,2 %) uvedlo herní klasiku – Minecraft a Sonic, stejný počet dětí logické hry, jako například puzzle, kostičky, počítání apod. Čtyři děti (9,8 %) zmínily hry, ve kterých si hrají na povolání – opravář, popelář, voják, policista apod. Třikrát (7,3 %) děti popsaly hry na motivy hraček – např.: Lego, Barbie. Stejný počet dětí uvedl hry zahrnující dopravní prostředky jako vlaky, auta. Dvakrát byly zmíněny omalovánky a kreslení, ale též střílečky a brutální hry: „*Pand'uláčka, kterého normálně mlátíš.*“ Další hry zůstaly nezařazeny, jedná se např. o tanky, zvedání knížek/hraček, o tvorech, sekání ovoce, pečení dortů apod.

3. 4. 1. 3. 3 Koukáš se na videa na mobilu/tabletu? Pokud ano, na jaká?

Tato otázka byla položena všem 48 dětem. 45 z nich tuto otázku zodpovědělo, přičemž 42 z nich kladně a 3 záporně. Odpovědi různily. Nejčastějšími sledovanými videi byly pohádky, přičemž některé děti uváděly konkrétní pohádky – Pata a Mata nebo Tianu. „*Já se koukám se na různé pohádky. Na explorový. Je to taková pohádka, kde někdo exploruje hory, desert, sněhové hory, sněhovej les, normální les.*“ Z tohoto tvrzení je patrné, že některé děti pružně

přejímají anglické výrazy z her a používají je v češtině jako novotvar. Pohádky uvedlo 15 dětí (35,7 %). Čtyřikrát byl zmíněn YouTube, v jednom případě jako YouTube Kids. Jedno dítě dokonce ve své odpovědi zmínilo konkrétního youtubera Fiziho. 4krát děti uvedly, že sledují videa zábavného charakteru: „*O nějakých lidí, který dělaj věci. Dělaj práci. Prostě máš nějakej hrníček, a pak to zmrzne, když se to vylije. Když bude někdo mít nový tričko a Coca-Colu, a pak to vylije a tamto pak bude zmrznutý. Srandovní pro mě, já se tomu dost směju.*“ Tříkrát (7,1 %) byla zmíněná zvířata: „*Hodně o kočičkách, protože mám ráda kočičky.*“ Dvakrát byla zmíněna videa o hrách: „*Jak se dělaj minecraftí triky,*“ dále například Pokémoni, bouračky a mořské panny, hračky (Babyborn) a jezdící videa.

3. 4. 1. 4 Rádio

Rádio si jako své oblíbené médium zvolilo 14 dětí, kterým následně byla položena otázka, zda poslouchají rádio a pokud ano, tak co.

3. 4. 1. 4. 5 Posloucháš rádio? Pokud ano, co posloucháš?

Otázka: „*Posloucháš rádio?*“ byla položena všem 14 dětem a zodpovědělo ji 12 z nich. Všechny tyto odpovědi byly kladné, přičemž jedna z nich byla dále specifikována: „*Já nemám rádio doma, poslouchám u babičky.*“

Otázka, co děti poslouchají, byla znovu položena všem dětem, ale odpověď byla získána od 11 z nich. 10 dětí (90,9 %) uvedlo, že poslouchá nějaký druh hudby, většinu odpovědí tvořily písničky (72,7 %): „*Písničky. Je to tatínek písničky a maminky a já.*“ Tři děti (27,3 %) uvedly konkrétní skladbu nebo druh hudby, např.: Skákal pes nebo koledy, které uvedl malý Petr: „*Poslouchám cédéčka, i koledy, i z toho rádia, co mají rodiče, to je v obýváku.*“ Petr ve své odpovědi dále jako jediný uvádí hudebního interpreta – Tři sestry. Jeho odpověď rovněž zahrnovala určité problémy, kterým při poslechu rádia čelí: „*Mně se utrhla anténka, ale taky se to dá. Mám hrozně silný rádio.*“ Dvě děti (18,2 %) uvedly, že v rádiu poslouchají pohádky.

3. 4. 1. 5 Knihy

Knihy jako své oblíbené médium zvolilo 18 dětí, kterým byly následně položeny otázky týkající se daného média.

3. 4. 1. 5. 1 Prohlížíš si knihy? Předčítá ti někdo?

Otázka: „*Prohlížíš si knihy?*“ byla položena všem 18 dětem, které označily knihu jako své

oblíbené médium a všechny ji dokázaly zodpovědět a všechny ji zodpověděly kladně, přičemž v některých případech ke svým odpovědím dodaly další informace: „*Ano, já tam mám takovou knížku s obrázkama a já tam mám najít hvězdičky a jsou tam dva detektivy.*“

Na otázku, zda jim někdo předčítá, dokázalo odpovědět 16 dětí, přičemž 15 z nich uvedlo, že jim předčítáno je, pouze jednomu dítěti není předčítáno. Z toho je možné vyvodit předpoklad, že předčítání přispívá k pozitivnímu vztahu ke knihám. Některé děti byly při zodpovězení této otázky více konkrétní a uváděli, kdo jim knihy předčítá: „*Vždycky před spaním. Někdy maminka, někdy táta.*“ „*Ano, táta mi čte česky a máma vietnamsky.*“

3. 4. 1. 5. 2 Jaké knihy?

Tato otázka byla položena všem 18 dětem a všechny ji dokázaly zodpovědět. Děti uváděly tituly určené převážně dětem jejich věku. Výjimku tvořily knihy o Harry Potterovi, které jsou primárně určeny starším dětem. Harry Potter byl v této otázce zmíněn 3 dětmi (16,7 %): „*Různý pohádky, třeba Harryho Pottera, toho čteme furt.*“ Poměrně vysoká obliba Harryho Pottera napříč výzkumem může naznačovat to, že první generace dětí, která vyrostla na Harry Potterovi se nyní stává rodiči, a snaží se předat své dětské hrdiny další generaci.

Nejčastějšími knihami, které děti během výzkumu uváděly, byly knihy s konkrétní tematikou, např.: o Vánocích, o jednorozcích nebo třeba o dudlících: „*Já si prohlídnu třeba takovou malou dudlíkovou, ale mně nevadí, že je pro mimina. O dudlíkách, tam na začátku je dudlík a ten je hezky vytvarovanej a je tam i bryndák.*“ Podobně odpověděla třetina všech dětí. Poměrně vysokému zastoupení se těší české pohádky, především ty klasické, které uvedly 3 děti (22,2 %), konkrétně se jedná o Krtka, Hurvínka a O pejskovi a kočičce, dále pak knihy na motivy českých televizních pohádek či pořadů, uvedené 2 dětmi (11,1 %) - Jak si nevzít princeznu a o Františkovi z Kouzelné školky. Tři děti (16,7 %) dále zmínily tradiční pohádky, např. Budulínka, Červenou karkulku a Tři prasátka. Ve 2 případech byly zmíněny pohádky o princeznách: „*Tam mám svojí oblíbenou, kterou jsem dostala o Vánocích a je to o princeznách, třeba o Popelce o Locice,*“ a 2krát byly též zmíněny zcela odlišné knížky: „*Třeba kočičí knížka, Kočičí partička se to myslím jmenuje,*“ případně: „*My máme doma takovou knížku a v tý knížce jsou obrázky a ty je tam musíš nalepit.*“

3. 4. 1. 6 Časopis

Časopis byl označen jako oblíbené médium 14 dětmi. Těm byly položeny otázky týkající se

časopisu.

3. 4. 1. 6. 1 Děláš něco s časopisem?

Tato otázka byla položena všem 14 dětem. Šest z nich (42,9 %) uvedlo, že si časopisy prohlíží nebo se na ně kouká. Tři děti (21,4 %) zase uvedly, že v časopisu dělají úkoly a stejný počet dětí si v časopisu kreslí nebo vybarvují omalovánky: „*Prohlížím si obrázky a vymalovávám omalovánky,*“ a 2 děti (14,3 %) do něj píšou nebo si v něm čtou: „*Jo já si někdy píšu nebo čtu pohádku*“ Další odpovědi byly zcela unikátní, malá Magda například uvedla, že časopis využívá pro učení a Maruška si v něm vystříhuje. Je tedy vidět, že časopis je skutečně multifunkčním tištěným médiem, které může být využíváno různými způsoby, ať už pasivním prohlížením nebo aktivním vyplňováním nebo tvořením.

3. 4. 1. 6. 2 Prohlížíš si časopis sám? Prohlížíš si časopis s někým?

První otázka byla položena všem dětem, které uvedly, že mají rády časopis, přičemž všechny z nich odpověděly kladně. Na druhou otázku, zda si časopis prohlíží s někým, odpověděly všechny děti, z toho 10 kladně (71,4 %) a 4 záporně (28,6 %). Některé děti specifikovaly, s kým si časopis prohlíží, často se jednalo o rodinné příslušníky, ať už rodiče či prarodiče, v jednom případě byli zmíněni kamarádi.

3. 4. 1. 6. 3 Jaké časopisy?

Na tuto otázku odpovědělo 8 dětí, tj. 57,1 %. Ani jednou nebyl uveden konkrétní titul, spíše se jednalo o jednotlivé charakteristiky daného časopisu. To lze vysvětlit tím, že děti v tomto věku neumí většinou číst, a tak neznají název časopisu. Některé děti však poskytly barvitý popis: „*Existují takové časopisy, ke kterým je ještě tužka a když tou tužkou zmáčkneš na nějaké tam takové tlačítko, třeba na nějaké zvířátko a ono to bude dělat zvuk.*“ Popis v tomto případě nápadně připomíná Albi tužku a s ním spojené interaktivní knihy, o kterých bude řeč v další kapitole. Některé další popisy zase připomínají nákupní letáky: „*Jsou tam obrázky nákupu.*“ Ve 2 případech byly zmíněny dětské časopisy obecně, jednou byl zmíněn časopis o Princezně, o Else¹⁵² a o kočičce.

3. 4. 2 Rodičovské dotazníky

Rodiče byli v otevřených otázkách dotázáni na to, jaké mediální obsahy jejich děti konzumují. Většina rodičů uváděla média, která jejich děti nejvíce využívají a s nimi spjaté

¹⁵² Hlavní hrdinka Disney pohádky Ledové království.

mediální obsahy, někteří však uváděli pouze mediální obsahy, aniž by uvedli média, prostřednictvím kterých je děti konzumují. Některé druhy těchto obsahů se objevovaly napříč médii (např.: pohádky, hry, videa apod.).

3. 4. 2. 1 Pohádky a pořady pro děti

Celkem 26 rodičů (72.2 %) uvedlo, že jejich děti sledují pohádky nebo dětské pořady. Někteří z nich tyto pořady konkretizovali. Lze rovněž pozorovat dominanci zahraniční tvorby pro děti nad českou – 10 rodičů uvedlo různé krátké animované seriály zahraniční produkce, které se neopakovaly. Jediný pořad, který se zopakoval 2krát byli Šmoulové. Rodiče dále uvedli: Tlapková patrola, T.O.T.S, Peppa Pig, Lví hlídka, Jake a piráti ze země nezemě, Máša a Medvěd, Mašinka Tom, Malý traktůrek, My Little Pony, ale také klasické animované seriály jako je Tom a Jerry, Spongebob nebo Včelka Mája. Šestkrát byly zmíněny animované filmy zahraniční produkce, zahrnující Disney pohádky (Ledové království) a pohádky jiné produkce (KungFu Panda, filmy o panence Barbie, Auta). Pětkrát byly zmíněny hrané pořady pro děti: Studio Kamarád, Kája a Bambuláček, Štístko a Poupěnka a Emily's Wonder Lab. Dvakrát zazněl Večerníček a 2 rodiče uvedli 3 české animované seriály – Pat a Mat, Potkali se u Kolína a Králíci v klobouku. Čtyři rodiče uvedli, že se děti rády dívají na dokumenty (historické, o přírodě, o vesmíru apod.). Další 3 rodiče zmínili sledování filmů obecně, např. muzikály nebo konkrétně – Vinnetoua. V jednom případě byly uvedeny rodinné televizní soutěže.

3. 4. 2. 2 Platformy a televizní stanice

Dětské publikum a jeho rodiče mají nebyvalé možnosti týkající se výběru pořadů a filmů zaměřených na děti, s existencí několika dětských kanálů, případně dětských kanálů na streamovacích platformách. V době, kdy lze veškerý obsah získat online, ustupují do pozadí datové nosiče typu DVD. Celkem 14 rodičů uvedlo konkrétní platformu, kterou děti sledují buď přes mobil/tablet, PC či televizi. Nejčastěji zmiňovanou platformou byl YouTube, zmíněný 12 rodiči, případně jeho odnož určená pro děti – YouTube Kids, zmíněný 2krát. Druhým nejčastěji zmiňovaným byl Netflix – zmíněný 4krát, 2krát kanál Disney+ a jednou HBO. Přestože v současné době mají tyto platformy silné postavení, byly během výzkumu zmiňovány i televizní kanály, nejčastěji pak ČT :D (3krát), dětské kanály Nick Junior a JimJam a kanály určené primárně pro dospělé: Prima Zoom, Animal Planet a ČT Art.

3. 4. 2. 3 Audio

Celkem 14 rodičů uvedlo, že jejich děti poslouchají audio, a to prostřednictvím různých médií (rádio, mobil/tablet, televize...), přičemž 6 z nich uvedlo, že děti poslouchají hudbu nebo písničky. Dalších 5 rodičů zase zmínilo poslech pohádek, např. cestou v autě nebo před spaním. Jeden rodič v tomto ohledu uvedl poslech CD a zmínil konkrétní pohádky: Fiha Tralala a Dědečku vyprávěj. Kromě CD také jednou zazněl také poslech MP3. Mimo pohádek jeden rodič zmínil poslech divadelních her. Dvakrát byl zmíněn poslech rádia obecně a jednou byla zmíněna konkrétní rádio stanice: Radio Color. Dvakrát rodiče uvedli aplikaci pro poslech audia, v jednom případě Spotify a v druhém případě aplikaci určenou pro Apple – iTunes.

3. 4. 2. 4 Hry

Hry byly rovněž jedním z konzumovaných obsahů, který se objevoval napříč různými médii. Jako konzumovaný obsah zazněly celkem ve 14 případech. Ve 4 odpovědích zazněly konkrétní názvy her, přičemž 2krát byl zmíněn Minecraft, dále Lego Duplo a závodní hra Asphalt určená pro počítač. Dále byly popsány některé další hry: běhací kocour¹⁵³, sekání trávy traktorem, Pokémoni (karetní hra), auta, obkreslování a kostičky (2krát) a 4krát byly zmíněny žánry her – vzdělávací (2krát), strategie a arkády.

3. 4. 2. 5 Videá

Celkem 13 rodičů uvedlo, že jejich děti sledují různé druhy videí, často na YouTube, přičemž byl často zmiňovaný YouTube Kids, kde děti sledují například pohádky (3krát). Podle rodičů děti také sledují videa týkající se jejich oblíbených her (3krát) a návodu, jak je hrát nebo videa ostatních hráčů hrajících danou hru. Oblíbená jsou rovněž videa na určité téma (3krát): výroba slizů, auta, hasiči, vláčky apod. Ve 2 případech rodiče uvedli naučná a vzdělávací videa, v jednom případě videa zábavná. Jeden z rodičů dále uvedl oblíbeného youtubera svého syna – Fiziho.

3. 4. 2. 6 Knihy

Ohledně knih rodiče často zmiňovali pohádky, případně příběhy pro děti. Ty byly zmíněny celkem 12 rodiči, přičemž někteří z nich uvedli konkrétní tituly: Pejsek a kočička, Z deníku kocoura Modroočka, Příběhy s dobrým koncem. Oblíbená jsou ale také knižní zpracování příběhů televizních hrdinů, jako např.: Tlapková patrola (2krát), Šmoulové a Disney

¹⁵³ Popis odpovídá hře Cat Runner, kterou je možné stáhnout pro android a Apple.

pohádky. Jeden rodič uvedl, že svému dítěti předčítá první 3 díly Harryho Pottera. Někteří rodiče také uvedli, že pohádky svým dětem předčítají, ale ony samy si prohlíží knihy s obrázky (2krát) nebo knihy s určitým zaměřením (7krát), např.: o princeznách, vílách, dinosaurech nebo také encyklopedii MHD. Oblíbené jsou rovněž vzdělávací knihy, které zaznely 4krát a zahrnují např. knihy s různými úkoly pro předškoláky (2krát) nebo např. Etiketa od Ladislava Špačka. Velice zajímavou kategorií představují interaktivní knihy, které fungují za pomoci Albi tužky. Jedná se o interaktivní mluvicí knihy, které reagují na dotyk elektronické tužky, kdy dítě prostřednictvím tužky plní různé úkoly nebo poslouchá obsah knihy.¹⁵⁴ Jeden z rodičů uvedl konkrétní knihy z této edice: Vesmír, Atlas světa, Když roboti a Zpívánky.

3. 4. 2. 7 Časopisy

Někteří rodiče uváděli konkrétní časopisy, 3krát byly uvedené klasické dětské časopisy: Čtyřlístek (2krát) a Sluníčko (1krát), poté novější časopisy: Hvězdička, Šikulka. Dále rodiče zmínili časopisy určené pro starší děti: ABC, Časostroj, ale též časopisy pro dospělé: Epoque, Enigma, History. U některých časopisů rodiče neuvedli název, ale téma, přičemž nejčastěji se jednalo o časopisy pro předškoláky, dále časopisy o autech, strojích, hračkách aj.

3. 4. 3 Dotazník pro pedagogické pracovníky

Následující informace byly získány na základě údajů z 11 dotazníků od pedagogických pracovníků ze 4 různých školek. Jednalo se o otevřené otázky, kde jednotliví pedagogičtí pracovníci vypisovali, jaká média ve školce používají a jaké mediální obsahy děti ve školkách konzumují. Existuje několik oblastí, ve kterých jsou různá média ve školkách využívána:

3. 4. 3. 1 Interaktivní vzdělávání a hry

Některé školky využívají nová média jako pomocníka při vzdělávání, často prostřednictvím Multiboardu (Velvary, Praha – Opletalova) a tabletu, na kterém mají nainstalované vzdělávací hry. Multiboard je interaktivní dotyková tabule, kterou mohou děti využívat k hraní interaktivních vzdělávacích her, např. hra Barevné kamínky.¹⁵⁵ Multiboard je pro

¹⁵⁴ Elektronická Albi tužka 2.0. Dostupné z: <https://eshop.albi.cz/elektronicka-albi-tuzka-2-0/>.

¹⁵⁵ MultiBoard – mobilní dotykový displej s předinstalovanou kompletní sadou programů Barevné kamínky k bezplatnému vyzkoušení. Dostupné z: <https://www.hrajeme-si.cz/content/24-dotykovy-panel-multiboard-nejlepsi-volba-pro-interaktivni-vyuku-v-ms>.

tyto účely využíván dvěma mateřskými školkami a je často využíván jako doplněk vzdělávacího plánu, např. v souvislosti s lidovými zvyky a tradicemi.

Tablet je pro vzdělávací účely využíván ve dvou školkách (Velvary, Čakovice), většinou při práci s jednotlivci se speciálními vzdělávacími potřebami. Tři pedagogičtí pracovníci z různých školek zmínili iSophi (Velvary, Čakovice), což je společnost zabývající se diagnostikou dětí, která zároveň vytváří diagnostické a vzdělávací aplikace pro děti.¹⁵⁶ V jednotlivých školkách využívají např. logopedické chvílky nebo aplikaci Myšák počítá. Kromě těchto aplikací je v Čakovicích používán tablet ke vzdělávací hře Lego Duplo. V jedné školce (Velvary) jsou rovněž využívány interaktivní knihy s Albi tužkou zmíněné v přechozí kapitole.

3. 4. 3. 2 Sledování pohádek a pořadů pro děti

Sledování pohádek je rovněž jedním z oblíbených způsobů používání médií v mateřských školách, který byl zmíněn ve dvou z nich (Velvary, Čakovice), ať už se jedná o sledování ve volných chvílích, anebo jako tematický doplněk ke vzdělávání či motivace k výtvarné výchově. Pedagogičtí pracovníci uváděli zejména klasické večerníčky: Krtečka, Hurvínka, Chaloupku na vršku aj. Zmíněné byly také naučné pořady pro děti, např.: Byl jednou jeden život.

3. 4. 3. 3 Poslech audia

Poslech audia byl zmíněn ve všech školkách, přičemž se často jednalo o poslech dětských písní. V jedné školce (Kyselka) využívají rádio mimo jiné jako přehrávač relaxační hudby, anglických písniček pro lekce angličtiny nebo písniček k doprovodu tanečků. Někdy též používají rádio jako kulisu. Poslech pohádek byl zmíněn ve dvou školkách (Velvary, Opletalova). Kromě písniček a pohádek jsou v Čakovicích poslouchány audio hádanky. Poslech samotný je realizován dvěma různými médii, buďto tradičně rádiem, anebo prostřednictvím tabletu.

3. 4. 3. 4 Tištěná média

Tištěná média jsou používána ve všech školkách, ať už se jedná o knihy nebo časopisy. Knihy byly zmíněny ve třech školkách (Velvary, Čakovice, Kyselka) a časopisy ve všech. Knihy jsou buď prohlíženy samostatně, anebo pravidelně předčítány. Knihy většinou nebyly

¹⁵⁶ iSophi. Dostupné z: <https://isophi.cz/>.

specifikované, jen jedna pedagožka uvedla konkrétní knihy: Rumcajs, Ferda Mravenec. Ohledně časopisů již byli pedagogičtí pracovníci konkrétnější, nejčastěji uváděným časopisem byl časopis Sluníčko (Velvary, Čakovice, Praha – Opletalova) a časopis Dráček (Velvary, Čakovice, Kyselka). Dalšími oblíbenými časopisem je Mateřídouška (Velvary, Čakovice). V jednom případě byly uvedeny časopis Čiperka, Hvězdička, Kuliferda, Medvídek Nivea, Pastelka a Puntík.

3. 5 Média a jejich místo ve výchově

Získané údaje vychází z otevřených otázek v 39 dotaznících pro rodiče a v 11 dotaznících pro pedagogické pracovníky. Kapitola si klade za cíl nastínit, jaké jsou postoje rodičů a pedagogických pracovníků k médiím a jejich místě ve výchově. V obou dotaznících, jak pro rodiče, tak pro pedagogické pracovníky, byly položeny tyto otázky:

- I. Omezujete nějakým způsobem používání médií? Pokud ano, proč a jakým způsobem tomu činíte? Pokud žádné médium neomezujete, uveďte prosím proč.
- II. Jaký je Váš osobní postoj k médiím a jejich místě ve výchově? Jsou média, která preferujete/nemáte rádi? Proč?

3. 5. 1 Rodičovské dotazníky

3. 5. 1. 1 Omezování médií

Velká část rodičů zastává názor, že je třeba omezovat čas, který děti na určitých médiích tráví. Tento názor zastává 81,6 % rodičů. 13,2 % rodičů se naopak domnívá, že média není třeba přehnaně omezovat, protože děti dokáží svůj čas u médií účinně regulovat samy. U zbývajících odpovědí nešlo jednoznačně určit, zda k omezování médií dochází: „*Ano, zeptá se a pokud má splněné své povinnosti, je mu dovoleno*“ a u dalších se rodiče zaměřili výlučně na omezování obsahu.

Z 31 rodičů, kteří média omezují časově, 11 z nich nespecifikovalo, z jakého důvodu tomu tak činí. U zbývajících 20 rodičů se objevilo několik opakujících se trendů. Nejčastějším důvodem, který zazněl v 80 % případů, je snaha snížit čas, který dítě s médii tráví, tak aby trávilo čas i jiným způsobem. Některé odpovědi kladly větší důraz na nalezení jiné, podle rodičů smysluplnější činnosti: „*Ano, omezujeme časově. Dítě potřebuje pohyb a rozvíjet jiné dovednosti, nejen koukat do mobilu nebo tabletu. Většinou řekneme, že musí tablet odložit a*

navrhne jinou činnost.“ „Tablet, telefon, notebook nedávám. Myslím, že na to má času dost a dokud to můžu ovlivnit, přijde mi zbytečné tato média v tomto věku dávat. V budoucnu si jich užije víc než dost. Teď jsem raději, když si prohlíží knížku, hraje si a je venku,“ nebo jak konstatoval jeden rodič: „Aby viděla i normální svět.“ Další odpovědi vyjadřovaly znepokojení nad tím, aby děti trávily na daném médiu tolik času: „Syn je schopný několik hodin sledovat pohádky. Jelikož nám to přijde nevhodné, musí televizi vypnout a jít si hrát, anebo si zahrajeme společenskou hru,“ nebo „Musím ji upozornit na konec, sama nepřestane nikdy.“

Někteří rodiče (15 %) vyjádřili obavu o duševní stav a fyzické zdraví dítěte: „Omezujeme TV, protože se potom nesoustředí,“ „Ano, omezujeme. Dítě je pak podrážděné, neposlouchá nebo je i unavené,“ anebo jak zmínil jeden rodič: „TV – denně 30 minut, není to zdravé.“ Stejný počet (15 %) rodičů zase některá média omezuje, protože vůči nim zastávají negativní stanovisko, jak uvedl jeden rodič: „Nesouhlasíme s hraním, bohužel v okolí všechny děti hrají, proto jsme dovolili jednou v týdnu také hrát.“ Zde můžeme pozorovat určité dilema, kterému současní rodiče čelí. Nepřejí si, aby děti trávily čas u obrazovek, ale zároveň nechtějí, aby jejich děti byly považovány za „outsidery“. Rodiče proto často hledají kompromis, aby obrazovky nedominovaly volnému času jejich dětí, ale zároveň aby od nich děti nebyly zcela izolovány.

Pouze 5 rodičů (13,2 %) média časově neomezuje. Většina (4) tomu tak činí proto, že k tomu nevidí objektivní důvod: „Jelikož bydlíme v domě se zahradou a děti tráví hodně času venku, před obrazovkou je často nevidíme, a tím pádem je nijak neomezujeme,“ dále: „Nevidím zásadní důvod pro větší omezování, nemá nutkání sedět jen u televize, má i jiné záliby.“ Někteří rodiče tedy média neomezují, neboť se jejich děti dokáží zabavit jinak, například hraním venku, který zmínili 3 z rodičů neomezujících média. Jeden postoj se ale vymykal: „Snažím se, aby dítě samo pochopilo. Pokud si hraje, ať si hraje, a pokud si vyžádá PC/tel, a je například čas na jiné věci, vysvětlím a později vyhovím.“ Tento postoj se vyznačuje velkou mírou liberálnosti a plné důvěry ve schopnost dítěte samo regulovat svůj čas strávený s médii. Nutno dodat, že se jedná o vcelku ojedinělý postoj.

Další část odpovědí se týkala toho, jakým způsobem rodiče omezují daná média. Kromě časového omezení, zahrnující, že děti mohou konzumovat média pouze po určitý čas, se objevily i jiné způsoby. Několik rodičů (5) se ve svých odpovědích rozhovořilo o omezování

nevhodného obsahu. Pro některé rodiče to jsou například videa, kde se mluví sprostě, záběry nevhodné pro dětské diváky (záznam porodu) nebo jak shrnul jeden rodič: „*Kontrola obsahu – agresivita, sprostá slova, bezduchý obsah...*“ Způsoby, jakými toho rodiče dosahují, jsou různorodé, rodičům často pomáhají dětské profily nebo jiné modely umožňující rodičovskou kontrolu. Jeden rodič ve své odpovědi zmínil Google Family Link, který rodičům usnadňuje kontrolu nad tím, co dítě na internetu dělá. Někteří rodiče jsou ve vztahu k internetu ještě přísnější a internet zcela blokují. Jeden rodič uvedl, že jeho dcera má přístup na HBO, kde ale může sledovat pouze pořady na dětském profilu.

Další rodič zase nastavuje limit pro určité aplikace, aby se po určité době používání vypnuly. Kromě ručního omezování určitých stránek či aplikací sází někteří rodiče na domluvu, jak poznamenal jeden rodič: „*Je již naučená, že bez dozoru se některé aplikace nepoužívají a dodržuje to. Máme rádi, že si můžeme vzájemně věřit,*“ zatímco jiní řeší omezování médií radikálněji: „*Prostě mu ho vezmu.*“ Dva rodiče jako způsob omezování médií uvedli, že děti daná média vůbec nepoužívají.

3. 5. 1. 2 Postoj k médiím ve výchově

V této otázce rodiče vysvětlovali svůj postoj k médiím, na základě toho byly vytvořeny 3 základní kategorie ve vztahu k médiím s obrazovkami:

- Pozitivní postoj
- Negativní postoj
- Střed

Některé odpovědi se pohybovaly na přechodu těchto kategorií, ale pakliže mírně převážily argumenty jedné kategorie, byla odpověď přiřazena dané kategorii. Každopádně se jedná o jemné nuance, které je obtížné kategorizovat.

Z 39 rodičů se jich k této otázce vyjádřilo 33, přičemž 42,2 % rodičů zastává pozici středu, totiž, že média s obrazovkami mohou být dobrým pomocníkem, ale je třeba je využívat opatrně a s rozvahou. Jsou to rodiče, kteří si všímají pozitiv, ale stejně tak i negativ používání těchto médií. Mnohdy se taky jedná o rodiče, kteří sami nejsou příznivci toho, aby děti tato média používaly, ale zároveň nechtějí, aby byly vyčleněny z kolektivu: „*Přemíra pohádek vyvolává neklid dítěte, úplný zákaz by vyřadil dítě z kolektivu.*“ Rodiče také často uvádí, že děti v digitalizovaném světě žijí, nelze proti tomu bojovat a je třeba je naučit rozumnému

zacházení s médii: „*Média jsou jistě v dnešním světě při výchově důležitá a v některých aspektech i nezbytná, jen je potřeba dítě správně směřovat.*“ Stejně tak se tito rodiče často domnívají, že čím více budou dětem média zakazovat, tím více po nich budou děti toužit, jak poznamenává jeden rodič: „*Zpočátku jsme byli poměrně restriktivní, nicméně jsme s tímto přístupem neměli moc dobrou zkušenost, dítě chtělo víc.*“ Také se často objevoval názor, že nejde ani tak o médium, ale spíše o obsah, který médium předává, jak popsala jedna maminka: „*Snažíme se kontrolovat na co se dívá a v jaké míře. Některé aplikace jako malování nebo interaktivní pohádky nám přijdou fajn, naopak nesmyslná videa bez pointy převážně na YouTube nám přijdou až stupidní.*“ Celkový postoj shrnuje výrok jednoho rodiče: „*Dopřávat, ale zároveň správně dávkovat.*“

Druhou nejpočetnější skupinou (24,2 %) jsou rodiče, kteří si u těchto médií všímají převážně pozitiv, vnímají je jako atraktivní způsob získávání nových dovedností: „*Máme dobrou zkušenost, brzy se zábavnou formou začala učit různé tvary, čísla, písmena. Díky Peppu Pig se uměla vyjádřit, že se jí kýve zub a vůbec se nebála, že zub půjde ven.*“ Tato maminka není jediná, která se soustředí na vzdělávací potenciál daných médií: „*Každé médium se využívá na učení. Například pohádky v TV v angličtině, hry na tabletu, které zlepšují reakční schopnosti dítěte.*“ Další rodič shrnul tento postoj takto: „*Média v omezené míře neškodí, naopak – mnoha věcem se z nich naučí.*“ Zároveň se jedná o rodiče, kteří vnímají dobu, ve které žijí a nestaví se jí na odpor: „*Kladný, žijeme v moderní době. Děti se musí naučit, budou to používat celý život. Vedu je k malování a čtení, ale PC/telefon je naší součástí,*“ „*Dnešní děti nelze před médii uchránit.*“

Na druhé straně názorového spektra stojí rodiče „skeptici“. Těch bylo ve výzkumu méně než „optimistů“, konkrétně dosáhlo jejich zastoupení 15,2 %. Tito rodiče nejsou z vizuálních elektronických médií příliš nadšení a staví se k nim skepticky. Spíše než pozitiv, si všímají negativních dopadů na děti, dále negativního obsahu: „*Negativní – myslím si, že mají špatný vliv na dítě. Většinou tam jsou negativní a depresivní věci,*“ nebo dle nich nízkého vzdělávacího potenciálu daných médií: „*Nemáme rádi – mobil. Nevidím zde žádný rozvoj dítěte.*“ Tito rodiče zároveň nejsou příliš nadšení z rozvoje technologie a snaží se od nich děti izolovat a motivovat k jiným aktivitám. Jeden rodič v této souvislosti přinesl nový termín: „*Nechceme "tabletové děti", proto nemají svůj tablet ani mobil. Věnujeme se rozvoji bez displeje (knihy, příroda, dílna, výlety...).*“ Pro některé z těchto rodičů nepředstavují média až takový problém, ale myslí si, že jsou na ně děti ještě příliš malé a měly by se

věnovat aktivitám důležitým pro jejich rozvoj: „*Přiměřený čas a obsah – Ok. Telefon/tablet – v budoucnu ok, ale budeme kontrolovat čas a obsah, ale v tomto věku jsme zásadně proti. Dítě si má hrát s hračkami, dětmi, být venku...*“

Zbytek rodičů (18,8 %) se nevyjádřil jednoznačně pro nebo proti těmto médiím. Dva rodiče kritizovali YouTube kvůli nevhodnému obsahu (např.: sprostá slova), ale z toho nelze jednoznačně vyhodnotit jejich celkový postoj. Jeden rodič zase například dával přednost televizi před tabletem. Další rodiče se k obrazovkovým médiím vůbec nevyjádřili, ale vyjádřili podporu jiným médiím, například rádiu nebo tištěným: „*Preferuji rádio – dětské písničky, říkánky. Přináší ponaučení a pozitivní náladu. Poté čtení knih a časopisů.*“

Lze vidět, že rodiče jsou v otázce prospěšnosti či škodlivosti médií rozděleni, a každý rodič si všímá odlišných aspektů. Mezi rodiči převažuje „zlatá střední cesta“ s mírným náklonem k pozitivnímu vztahu vůči digitálním médiím. Každopádně se většina rodičů, i přes pozitivní aspekty shoduje, že je třeba média určitým způsobem limitovat.

3. 5. 2 Pedagogičtí pracovníci

3. 5. 2. 1 Omezování médií

Mezi pedagogickými pracovníky převažuje názor, že média je třeba určitým způsobem limitovat. Pedagogičtí pracovníci se obecně přiklání k tomu, že by ve školce měly děti trávit čas s klasickými médii jako jsou knihy, časopis nebo rádio, zatímco média s obrazovkou by se měla používat okrajově a uváženě. Pakliže tato média ve školkách využívají, většinou se jedná o vzdělávací aktivity. Podle pedagogických pracovníků by děti zároveň s médii neměly trávit příliš mnoho času, protože jsou mnohdy přesyceny z domova a pro svůj rozvoj potřebují jiné stimuly, jako je hra s vrstevníky apod.

Většina pedagogických pracovníků se snaží používat média s obrazovkou umírněně nebo vůbec a mají k tomu rozličné důvody. Pouze 2 z 11 pedagogických pracovníků se vyjádřili spíše ve prospěch daných médií: „*Určitě je důležité v dnešní době se orientovat v PC programech a práci na počítači či tabletu. Já sama nejsem technický typ, ale nikomu nic nezakazujeme, ale spíše podporujeme se neustále zdokonalovat.*“ Další pedagogický pracovník zase uvedl toto: „*Dětem používání médií neomezují z důvodu rozvoje dítěte – sluchová percepce, zraková percepce, paměť, myšlení.*“ Jiná paní učitelka zastává zcela

opačný názor: „Samozřejmě omezují. Doma jsou tím děti přesycené. Také spatřuji kvůli mobilům a tabletům u dětí špatné řečové schopnosti a jazykové dovednosti, vady řeči, malou slovní zásobu. Raději volím knihy s obrázky.“ Většina pedagogů a pedagogických pracovníků je přesvědčena, že by se používání médií mělo u dětí určitým způsobem omezovat, a to zejména proto, že jsou tím děti „přesyceny“ z domova: „Média v MŠ používám velice střizlivě, mám pocit, že v této oblasti jsou děti přehlceny z domova.“ Takto se vyjádřilo 45,5 % pedagogických pracovníků. Stejný počet se snaží převést pozornost dětí na jiné aktivity: „Určitě děti nepodporujeme v koukání na TV "celý den". Děti by měly trávit svůj čas aktivně nebo v interakci s kamarády – televize, toto nepodporuje,“ nebo „Ve školce preferujeme píše práci s knihou, ale především, abychom si s dětmi co nejvíce povídali.“ Více než polovina (54,5 %) všech dotazovaných rovněž uvedla, že preferuje klasická média bez obrazovky, tj. rádio, časopisy nebo knihy. Dalších 36,4 % pedagogických pracovníků uvedlo, že když vizuální elektronická média používají, činí tomu tak především kvůli jejich vzdělávací funkci nebo pokud nějak souvisí s programem školky: „TV pohádku použiji jen jako motivaci, pokud nějak souvisí s tématem, kterému se právě věnujeme.“

3. 5. 2. 2 Postoj k médiím ve výchově

Pedagogičtí pracovníci dále odpovídali na otázku, jaké místo podle nich média zaujímají ve výchově. 63,7 % pedagogických pracovníků se shodlo na tom, že média splňují vzdělávací funkci, a jako taková do výchovně vzdělávacího procesu patří. Více než třetina pedagogických pracovníků uvedla, že vizuální elektronická média mohou posloužit jako zpestření vzdělávání, ale měla by být využívána v rozumné míře. Tento postoj shrnula jedna pedagožka: „Média v prostředí mateřské školy zcela neodsuzuji, ale nijak nevyzdvihují – děti jsou z domova přesyceny tablety, telefony a televizí. Na druhou stranu by měli mít alespoň trochu technologickou gramotnost – celou dobu studia, i dál v životě média budou potřebovat. Nebudou-li mít povědomí, budou za outsidersy. Tudiž edukativní programy a pořady neodsuzuji, ale jsou jen doplňkem výchovy.“ Pedagogičtí pracovníci v tomto ohledu často (45,5 %) vyzdvihují klasická média bez obrazovky: „Pro takto malé děti se přikláním k tomu, aby se používala média, která děti mohou využívat společně (knihy, časopisy, rádio).“ Více než polovina pedagogických pracovníků se ve vztahu k médiím vyslovila pro „zlatou střední cestu“, tj. pro rozumné využívání médií s obrazovkou pro vzdělávací účely. Jeden pedagogický pracovník vnímá moderní technologie jako nezbytnou součást doby: „Je mi jasné, že pokud má být předškolní proces pro děti atraktivní, paní učitelky se bez

moderních technologií neobejdou. Ale nezapomenu podotknout slova mého dědy – čti a pravopis i slovní zásobu budeš mít v malíčku.“ Tento pedagogický pracovník tedy zdůrazňuje důležitost jak nových, tak tradičních médií, konkrétně knih. Více než třetina pedagogických pracovníků si všímá negativních aspektů obrazovek a často jsou rozpolcení: *„Média jsou podle mého názoru velmi sporným tématem. Na jednu stranu jsou dobrým pomocníkem, ale na tu druhou, děti mají problém s koncentrací, snižuje se jim slovní zásoba a bývají apatičtější vůči běžným dětským zájmům. Takže média a technologie ano, ale v omezené míře.“* Kromě negativních dopadů na mentální procesy dětí se mezi pedagogickými pracovníky objevují obavy o zrak dětí, tato obava zazněla ve 2 případech: *„V minulém týdnu jsme v MŠ měli screeningové vyšetření zraku (Prima Vizus), kde jsme zaznamenali zvýšené procento nárůstu očních vad u dětí. Dle zaměstnanců Prima Vizus je to až 10 % za poslední 3 roky (vady nejsou vrozené).“* Více než čtvrtina pedagogických pracovníků zaujímá k médiím s obrazovkami negativní postoj: *„Já nejsem moc zastáncem těchto médií, obzvláště tabletů a mobilních telefonů. Přijde mi, že dětem kradou dětství, dětskou fantazii, protože to, co sledují na YouTube pro děti není vhodné.“*

3. 6 Hodnocení pedagogů

V následující kapitole ověřím platnost následujících hypotéz:

H1: Horší výsledky ve sledovaných oblastech budou spojeny s vyšší oblibou obrazovkových médií, a naopak lepší výsledky se budou vyznačovat vyšší oblibou tištěných médií.

H2: Děti s horšími výsledky v určitých oblastech budou trávit více času na daných médiích.

Výsledky byly získány prostřednictvím rozhovorů s 69 dětmi o jejich mediálních preferencích a dále prostřednictvím 39 dotazníků rodičů, v otázkách mediálních preferencí jejich dětí a času, který děti s jednotlivými médii tráví. Tyto informace byly zkombinovány s hodnotícími dotazníky od pedagogických pracovníků. Ti hodnotili každé dítě ve čtyřech oblastech:

- Verbální vyjadřování
- Porozumění
- Jemná motorika
- Pozornost

Hodnoty, které děti od pedagogických pracovníků obdržely, byly zprůměrovány. Každá oblast získala hodnocení 1 až 3, přičemž 1 znamenala žádné nedostatky ve sledované oblasti, 2 mírné nedostatky a 3 závažné nedostatky. Pakliže po zprůměrování nedosahovaly žádné oblasti u dětí hodnoty 2,0, byly tyto hodnoty považovány za adekvátní jejich věku a označeny číslem 0, pokud se hodnota v jedné oblasti pohybovala od 2,0 – 2,9 byl dětem za každou takovou oblast připočten 1 bod, pakliže oblast dosahovala hodnoty 3,0, byly dětem za danou oblast přiřazeny 2 body. Nejnižší celkový součet hodnot se rovnal 0 (tzn. žádná oblast s patrnými nedostatky) a nejvyšší součet se rovnal 8 (všechny oblasti vykazují vážné nedostatky). Čím nižší číslo, tím nižší míra nedostatků a naopak. Poté byly údaje srovnávány s výpověďmi dětí o jejich mediálních preferencích a s dotazníky od rodičů

3. 6. 1 Rozhovory s dětmi – preference a averze

Děti si vybíraly svá oblíbená média a tyto údaje byly srovnány s údaji od pedagogických pracovníků. V následující tabulce můžeme vidět procentuální oblibu jednotlivých médií u 3 skupin dětí, první skupina jsou děti „0“, tedy s žádnými zřetelnými problémy ve sledovaných oblastech. Skupina „> 0“ představuje děti, které mají patrné nedostatky, alespoň v jedné sledované oblasti a skupina „> 2,9“ představuje skupinu dětí s 3 a více patrnými nedostatky ve sledovaných oblastech.

		Počítač	Televize	Mobil/Tablet	Rádio	Knihy	Časopis
A	0	32,4 %	62,2 %	59,5 %	16,2 %	29,7 %	21,6 %
B	> 0	50 %	68,2 %	81,8 %	18,2 %	27,9 %	18,2 %
C	> 2,9	50 %	87,5 %	87,5 %	12,5 %	25 %	12,5 %

Příloha č. 5 – Obliba jednotlivých médií mezi dětmi v souvislosti s nedostatky v určitých oblastech (tabulka).

Zdroj dat: Autor.

Z údajů v příloze č. 5 je patrné, že děti bez žádných znatelných nedostatků v daných oblastech (dále jen skupina dětí A) v daných kategoriích vykazují nižší míru obliby u počítače a mobilu/tabletu. U počítače dosahuje rozdíl v hodnotách 17,6 % a u mobilu/tabletu se jedná 22,3 % u všech dětí s nedostatky v daných oblastech (dále jen skupina B) a o 28 % u dětí s výraznějšími nedostatky (dále jen skupina dětí C). Stejně tak je u nich o něco nižší obliba televize, ale tento rozdíl činí pouhých 4 %. Výraznější rozdíl je však patrný mezi dětmi skupiny A a skupiny C, kde tento rozdíl činí 25,3 %. Je tedy patrné, že děti s nedostatky ve sledovaných oblastech dávají častěji přednost vizuálním elektronickým médiím, než děti jejichž dovednosti odpovídají normě. Nejzřetelněji se tento rozdíl projevuje u mobilu/tabletu. Obliba ostatních médií se výrazně neproměňuje napříč skupinami, avšak je zde patrná mírná klesající tendence, zejména u časopisu, který je u dětí skupiny C o 9,1 % méně oblíbený než u dětí skupiny A.

		Počítač	Televize	Mobil/Tablet	Rádio	Knihy	Časopis
A	0	18,9 %	10,8 %	0 %	27 %	35,1 %	21,6 %
B	> 0	4,5 %	4,5 %	4,5 %	36,7 %	40,9 %	31,8 %
C	> 2,9	0 %	0 %	0 %	37,5 %	37,5 %	37,5 %

Příloha č. 6 – Averse vůči jednotlivým médiím mezi dětmi v souvislosti s nedostatky v určitých oblastech

(tabulka). Zdroj dat: Autor.

V příloze č. 6 jsou zřetelné určité rozdíly v tom, jak děti označují svá nejméně oblíbená

média. Děti ze skupiny A (tj. děti bez patrných nedostatků ve sledovaných oblastech) častěji označují počítač a televizi jako svá neoblíbená média. Počítač je u skupiny A jako neoblíbené médium označen o 14,4 % častěji než u skupiny B a o 18,9 častěji než u skupiny C. Výjimku tvoří mobil/tablet, který byl v průběhu celého výzkumu označen jako neoblíbený pouze jednou (a zdůvodnění nebylo jasně negativní: „Protože to je trošku nahlas a seká se to.“), tento rozdíl tedy nelze vnímat jako směrodatný. Děti obecně nezaujímají k mobilu/tabletu negativní vztah, maximálně se jedná o vztah neutrální. Určitý rozdíl je také možné zaznamenat u rádia, které děti ze skupiny B označují jako neoblíbené o 9,7 % a děti ze skupiny C o 10,5 % častěji než děti ze skupiny A. Kniha je skupinou B označována jako neoblíbená o 5,8 % častěji, ale nejedná se o tak zásadní rozdíl, navíc hodnota u dětí skupiny A a C je prakticky totožná. Znamená to tedy, že kniha je více než pro třetinu dětí neatraktivní, bez ohledu na úroveň jejich dovedností. Zřetelnější rozdíl je patrný u časopisu, který je dětmi ze skupiny B označován jako neoblíbené médium o 10,2 % a u dětí ze skupiny C o 15,9 % častěji než u dětí skupiny A.

Hypotéza 1 se tímto výzkumem z velké části potvrdila. Děti s horšími výsledky skutečně častěji preferují obrazovky, a to o 6 až 28 %. U tištěných médií ovšem tento rozdíl není tak významný, knihy jsou skutečně oblíbenější u dětí s výsledky v normě, ale tento rozdíl dosahuje pouze 2,2 až 4,7 %, obliba knihy je tedy mezi všemi skupinami na velice podobné úrovni. Obliba časopisu je v porovnání se skupinou A u skupiny B nepatrně nižší (3,4 %) a u dětí skupiny C výrazněji nižší (9,1 %).

3. 6. 2 Rodičovské dotazníky

K ověření druhé hypotézy, tedy, že děti s horšími výsledky v určitých oblastech budou častěji trávit čas s obrazovkami a méně často s tištěnými médii, byla zkombinována otázka z 39 rodičovských dotazníků na to, kolik času tráví děti s jednotlivými médii s hodnocením pedagogů. Vzhledem k tomu, že byly získány pouze 2 dotazníky dětí skupiny C, byla v tomto případě tato skupina pominuta a bylo s ní operováno pouze v rámci skupiny B.

		Televize	Počítač	Mobil/tablet	Rádio	Kniha (prohlížení)	Kniha (předčítání)	Časopis (prohlížení)	Časopis (společné prohlížení)
A	0	4:47	0:54	2:23	1:38	3:34	3:50	2:06	1:54
B	>0	8:52	0:38	3:15	2:57	2:11	2:30	1:16	1:00

Příloha č. 7 – Počet hodin strávený s jednotlivými médii týdně v souvislosti s nedostatky v určitých oblastech

(tabulka). Zdroj dat: Autor.

Tato hypotéza se z velké části potvrdila. V průměru tráví děti s horšími výsledky skutečně více času na některých obrazovkách, ale ne na všech. U mobilu a tabletu tráví děti skupiny B 52 minut týdně více a u televize dokonce o 4 hodiny a 5 minut týdně více. Rozdíl však vyvstává u počítače, kde děti skupiny A tráví o 16 minut více času týdně než děti skupiny B. V kontextu týdne se nejedná o významný rozdíl a dalo by se říci, že tyto hodnoty jsou v obou případech víceméně podobné. Zajímavé je rádio, které děti skupiny A poslouchají týdně o 1 hodinu a 19 minut méně, pro což je obtížné nalézt vysvětlení. Další kategorií je kniha a její prohlížení a předčítání. Děti kategorie A tráví týdně o 1 hodinu a 23 minut více času samostatným prohlížením knih a o 1 hodinu a 20 minut poslechu předčítání. U časopisu je tento rozdíl nižší, samostatným prohlížením časopisu tráví děti skupiny A o 50 minut týdně více a u společného prohlížení časopisu se jedná o 54 minut, které s nimi tyto děti stráví více než děti skupiny B. Ačkoliv se nejedná o zcela diametrální rozdíly, přesto se vyskytují. Je nutné vzít v potaz, že se jedná o informace udané rodiči, které nemusí být stoprocentně objektivní a přesné. Přesto mají svou hodnotu a hypotézu z velké části potvrzují. Na základě tohoto výzkumu nelze jednoznačně určit, zda mají některá vizuální elektronická média negativní dopady na schopnosti dětí (přestože výsledky tomu spíše nasvědčují), a to z toho důvodu, že výsledky nelze vztáhnout na celou populaci. Děti s problémy v určitých oblastech také mohou tíhnout k vizuálním elektronickým médiím, ale ta nemusí nutně být příčinou jejich problémů.

3. 7 Srovnání s předchozím výzkumem

Je nutné zmínit, že ani Luštinova, ani má data nelze vzhledem k zvoleným metodám výzkumu vztáhnout na celou populaci, jedná se o čistě ilustrační srovnání dvou výstupů z podobně orientovaných výzkumů. Podle informací z rodičovských dotazníků z předchozího výzkumu trávily děti v domácím prostředí s médii průměrně 15 hodin týdně. Luštinec v tomto případě reflektoval sledování televize, počítač, poslech elektronicky reprodukováné hudby a čtení před spaním. S ohledem na rozvoj technologie jsem do svého výzkumu zahrnula mobil/tablet, elektronicky reprodukovanou hudbu jsem nahradila rádiem, a kromě společného čtení knih jsem sledovala i společné prohlížení časopisu a samostatné čtení knih a časopisů. Celkem takto získáme přibližně 21 a půl hodiny v týdnu, které dnešní děti tráví s médii, což činí přibližně 3 hodiny denně s médii (elektronickými i tištěnými), s tím, že není započítán čas ve školce. Pokusíme-li se zrcadlově srovnat hodnoty

z předchozího výzkumu, můžeme pozorovat mírné rozdíly v času, který děti s médii tráví. Podle předchozího výzkumu trávily děti v domácím prostředí zhruba 6 hodin a 10 minut u televize, zatímco dnešní děti u televize tráví 5 hodin a 50 minut týdně. V tomto ohledu se jedná o velice podobná čísla, jejichž rozdíl může být považován za statistickou chybu. Rozdíl nastává u počítačů, kdy průměrné dítě v předchozím výzkumu trávilo s počítačem 2 hodiny týdně, zatímco dnešní dítě s ním tráví necelou hodinu týdně. Tento rozdíl může být způsoben tím, že děti dnes tráví více času na mobilu nebo tabletu (2 hodiny a 40 minut, tehdy však tento údaj nebyl zkoumán vzhledem k nižšímu rozšíření dotykových zařízení). Pokusíme-li se ověřit platnost hypotézy, že dnešní děti tráví více času u obrazovek než děti v předchozím výzkumu, zjistíme, že tato hypotéza platí. V roce 2010 trávily děti u obrazovek v průměru 8 hodin a 10 minut týdně, zatímco dnes je tomu 9 hodin a 17 hodin týdně, což je o 1 hodinu a 7 minut týdně více.

Co se týče předčítání knih, v obou případech získáváme podobnou hodnotu, tj. 3 a půl hodiny týdně. Luštinec měřil poslech elektronicky reprodukované hudby, kterou děti poslouchaly zhruba 3 hodiny a 10 minut týdně, zatímco můj výzkum zkoumal používání rádia, které děti poslouchají mimo školku 2 hodiny týdně. Nejedná se o totožné položky a nejde je dobře srovnávat, protože poslech hudby nemusí nutně pocházet z rádia, ale třeba z mobilu či tabletu, stejně tak jako poslech rádia nemusí nutně soužit k poslechu písniček.

Zajímavé údaje získáme srovnáním toho, jaká média si děti volily jako oblíbená v roce 2010 a jaká dnes. Luštincova hypotéza, že děti si v případě svobodné volby vyberou elektronická média spíše než elektronická, se potvrdila částečně (na druhém místě oblíbenosti se u něj umístil časopis).¹⁵⁷ V mém výzkumu by se tato hypotéza z velké části potvrdila, a pokud bychom pominuli rádio, tato hypotéza by se naprosto potvrdila, protože první 3 příčky zaujaly mobil/tablet, televize a počítač.

V roce 2010 byla nejoblíbenějším médiem televize, kterou si vybralo 21 % dětí, zatímco dnes byl nejoblíbenějším médiem mobil/tablet, který si zvolilo 71,6 % dětí. V Luštincově výzkumu si děti vybíraly média pouze 2 média, zatímco v mém výzkumu nebyl počet zvolených médií nijak omezen, proto jsou má procenta vyšší. Přesto lze zaznamenat masivní nárůst popularity mobilu a tabletu mezi dětmi. Na druhém místě se v roce 2010 v oblíbenosti umístil časopis 20,1 %, ten si v novém výzkumu zvolil podobný počet dětí, tj. 20,9 %. Tímto

¹⁵⁷ LUŠTINEC. Mediální návyky dětí ve věku 5-6 let. 68.

počtem se ovšem v mém výzkumu ocitl na posledním místě, společně s rádiem. Můžeme tedy zaznamenat prudký úpadek oblíbenosti časopisu. Druhou příčku v mém výzkumu zaujala televize, kterou jako své oblíbené médium označilo 65,7 % dětí. Na třetím místě se v roce 2010 umístil mobilní telefon se 17 %, zatímco v mém výzkumu to byl počítač s 41,8 %. Čtvrtou pozici tehdy zaujala kniha s 15 % a stejnou pozici zaujala i v mém výzkumu s 26,9 %. Ovšem pokud bychom vycházeli z celkové hodnoty oblíbenosti a averze knihy, zjistili bychom, že se jedná o nejméně oblíbené médium. Ovšem na základě těchto údajů nelze říci, zda skutečně došlo k poklesu oblíbenosti knihy. Na pátém místě se tehdy umístil počítač s 13 %, zatímco v mém výzkumu se umístil na třetím místě se 41,8 %, můžeme tedy zaznamenat nárůst oblíbenosti tohoto média. Na posledním místě se v roce 2010 umístilo rádio s 10 %, které se v současném výzkumu umístilo stejným posledním místem spolu s časopisem (20,9 %).¹⁵⁸ Pozice rádia tedy zůstává podobná napříč oběma výzkumy.

Luštinec se v rodičovském dotazníku ptal na to, zda děti vlastní mobilní telefon. Ukázalo se, že jej vlastní 7 % dětí.¹⁵⁹ V současném výzkumu se ukázalo, že jej vlastní 10,3 % dětí, v této oblasti se nejedná o tak zásadní nárůst, ale 38,5 % dětí vlastní tablet, který zahrnuje spoustu funkcí mobilního telefonu. Tento údaj se ovšem tehdy neměřil, z velké části, protože vlastnictví tabletu nebylo až tak běžné. Můžeme tedy konstatovat, že dnes je tablet běžným vlastnictvím předškolního dítěte.

¹⁵⁸ Ibid.

¹⁵⁹ Ibid. s. 70.

Závěr

Tato práce se snažila nalézt odpověď na otázky, jaké jsou mediální preference 5 a 6letých dětí a jaké je jejich mediální povědomí. Kromě toho se také snažila najít odpověď na to, jakým způsobem vnímají média ve výchově rodiče a pedagogičtí pracovníci. Dále se tato práce zabývala tím, zda má používání a preference médií s obrazovkou (počítač, televize, mobil/tablet) dopady na oblasti dětského psychomotorického vývoje, a zda se od roku 2010 změnila mediální návyky 5-6letých dětí.

Jednalo se o smíšený výzkum, který kombinoval jak kvantitativní (dotazníky), tak kvalitativní (rozhovory, experimenty) metody. Rozhovory a experimenty byly realizovány s 69 dětmi ze čtyř různých školek, konkrétně z Mateřské školy Kyselka, Velvary, Praha Opletalova a Praha Čakovice. Rozhovory byly realizovány v červnu 2022 a v lednu 2023. Dotazníky byly trojího druhu a byly distribuovány rodičům a pedagogickým pracovníkům v konkrétních školkách. V práci se pracovalo s 39 rodičovskými dotazníky zaměřených na mediální návyky a preference dětí a na názory rodičů týkající se médií ve výchově. Dále se pracovalo s 11 dotazníky od pedagogických pracovníků, které zkoumaly používání médií v mateřských školkách a postoje pedagogických pracovníků k médiím ve výchově. Ve třetím dotazníku, kterých bylo získáno 11, hodnotili pedagogičtí pracovníci děti ve čtyřech sledovaných oblastech dětského psychomotorického vývoje – verbální vyjadřování, porozumění, jemná motorika a pozornost.

Práce volně navazuje na výzkum realizovaný v roce 2010 Ondřejem Luštincem zkoumající návyky 5 – 6letých dětí. Tento výzkum volí podobné metody, které jsou však výrazně přepracované. Výsledky tohoto výzkumu tedy nelze přímočaře vztáhnout na výsledky Luštincova výzkumu, avšak výzkumy se vzájemně v mnoha ohledech doplňují a společně zachycují vztah předškolních dětí a médií od začátku desátých let do první poloviny dvacátých let tohoto století.

Výzkumné otázky

Jaké je mediální povědomí dětí?

Stejně jako v Luštincově výzkumu¹⁶⁰ se ukázalo, že mediální povědomí dětí je velice vysoké. Úspěšnost identifikace jednotlivých médií dosáhla 89,4 %, připočteme-li i poznání

¹⁶⁰ Ibid. 68.

s nápovědami zahrnující první slabiku daného média, dosahuje úspěšnost identifikace 95,9 %. Nejsnáze identifikovatelným médiem se ukázala být kniha, kterou dokázaly identifikovat všechny děti. Ačkoliv se jedná o nejméně oblíbené médium, ukazuje se, že s ní všechny děti určitým způsobem přichází do styku. Všechny děti, až na jedno, dokázaly identifikovat televizi a mobil. Vysoká úspěšnost panovala také u počítače, který dokázalo rozpoznat 95,7 % dětí a u tabletu, který rozpoznalo 91,3 % dětí. Horší výsledky byly patrné u rádia (úspěšnost 79,7 %) a časopisu, který byl poznán 62,3 % dětí. To ovšem může být způsobeno tím, že časopis lze snadno zaměnit za jiný předmět (např. sešit, knihu apod.).

Stejně tak si byly děti dobře vědomé funkcí jednotlivých médií. Úspěšnost určení funkce médií se pohybovala mezi 89,9 % až 97,1 %, přičemž nejsnáze děti určily funkci knihy a mobilu/tabletu (97,1 %), poté televize (95,7 %) a o něco hůře funkci rádia (92,5 %), počítače (91,3 %) a časopisu (89,9 %).

Jaké jsou mediální preference dětí?

Různá média vyvolávají u dětí různé emoce, některá média jsou u dětí oblíbená, zatímco jiná propadají. Děti si v případě svobodné volby skutečně častěji vyberou vizuální elektronická média, jako např. mobil/tablet, televizi nebo počítač, spíše než rádio, knihu nebo časopis. V otázce oblíbenosti se nejlépe umístil mobil/tablet, který si jako oblíbený vybralo 71,6 % dětí, následovala televize s 65,7 %. Tato média jako jediná pokořila 50% hranici. Na třetím místě se umístil počítač s 41,8 %. O téměř 15 % méně dětí si pak volilo médium na čtvrtém místě – knihu. Tu si zvolilo 26,9 %, z toho vyplývá, že ji jako oblíbené médium označilo zhruba každé čtvrté dítě. Zbývající rádio a časopis se shodně umístily na posledním místě se ziskem 20,9 %, což odpovídá přibližně každému pátému dítěti, které daná média označilo jako oblíbené. V otázce týkající se averze vůči jednotlivým médiím vychází jako nejméně oblíbené médium kniha, kterou tak označilo 40,6 % dětí, poté rádio s 31,9 % a časopis s 28,9 %. Znamená to tedy, že každé zhruba třetí dítě má k těmto médiím negativní vztah, přičemž u knihy je averze ještě výraznější, dopadající mezi každé druhé až třetí dítě. Počítač jako neoblíbené médium označilo 13 % dětí, televizi 8,7 % dětí a mobil s tabletem 1,4 % dětí.

Jaký postoj zaujímají rodiče a pedagogičtí pracovníci k médiím ve výchově? Je třeba média omezovat nebo si na ně mají děti zvykat?

Většina rodičů (81,6 %) se shoduje na tom, že média je třeba určitým způsobem omezovat. Podle některých rodičů (13,2 %) však není třeba média nikterak omezovat, protože děti si

dokáží čas na médiích efektivně regulovat samy. Rodiče často uváděli, že pokud by byla regulace médií ze strany rodičů příliš razantní, dítě by mohlo být ostatními dětmi vyloučeno z kolektivu. Mezi rodiči tedy panuje obecný názor, že média je třeba omezovat, ale nikoliv zakazovat. Většina rodičů (42,2 %) zastává tuto pozici. Dalších 24,2 % rodičů lze považovat za „digitální optimisty“, kteří si všímají pozitivních aspektů nových médií, zatímco 15,2 % rodičů lze považovat za „digitální skeptiky“, kteří vnímají obrazovky spíše v negativním světle. Pedagogičtí pracovníci též z velké části zastávají názor, že média je třeba omezovat. Většina z nich se snaží vizuální elektronická média používat minimálně, a především pro vzdělávací potřeby, protože se domnívají, že děti tato média požívají hodně doma. Pedagogičtí pracovníci se snaží děti vést zejména k tištěným médiím nebo zcela jiným aktivitám (socializace s ostatními dětmi apod.). Obecně lze říci, že děti ve školce konzumují média z velké části pro jejich vzdělávací potenciál, zatímco v domácím prostředí se jedná jak o vzdělávací, tak o zábavní potenciál. Pedagogičtí pracovníci si všímají vzdělávacího potenciálu médií a shodují se, že média do výchovy patří. Co se týče používání médií, zastává více než polovina z pedagogických pracovníků pozici středu, vizuální elektronická média podle nich mohou být dobrým pomocníkem, ale měla by být využívána spíše jako zpestření. Více než třetina pedagogických pracovníků si všímá negativních aspektů, které média s obrazovkou mohou mít, ale obecně, jak mezi rodiči, tak mezi pedagogickými pracovníky, panuje přesvědčení, že médiím v dnešní době nelze uniknout a je třeba se s nimi naučit žít.

Změnily se mediální návyky dětí od doby Luštinova výzkumu? Pokud ano, jak?

Mediální návyky dětí se od dob minulého výzkumu změnil, ale nikoliv výrazně. Mírně se proměnila doba strávená u elektronických vizuálních médií, čas, který na nich děti v domácím prostředí průměrně v týdnu stráví je o 1 hodinu a 7 minut vyšší. Děti tráví o trochu méně času u televize a o více než hodinu méně u počítače. Minulý výzkum nezkoumal čas u mobilu a tabletu, protože tehdy ještě nebyla přenosná dotyková zařízení natolik rozšířená, jako jsou teď. Co se týká předčítání knih, tam výsledky zůstávají velice podobné napříč oběma výzkumy, tj. 3 a půl hodiny týdně. V roce 2010 byla nejoblíbenějším médiem televize, následoval časopis, mobil, kniha, počítač, rádio. V dnešním výzkumu byl nejčastěji voleným oblíbeným médiem mobil/tablet, dále televize, počítač, kniha a rádio s časopisem sdílející poslední místo. Pokud bychom ovšem vzali v potaz i negativní hodnocení, získali bychom mírný rozdíl v posledních třech místech, v takovém případě by se jednalo o pořadí

– mobil/tablet, televize, počítač, časopis, rádio, kniha. Ať už bereme v potaz jakýkoliv z výpočtů, můžeme vidět, že vizuální elektronická média jsou u dětí výrazně oblíbenější než dříve a zbývající média (rádio, časopis, kniha) proti nim silně upadají, což je asi největší změna v porovnání s předchozím výzkumem.

Ověření platnosti hypotéz:

Horší výsledky ve sledovaných oblastech (verbální vyjadřování, porozumění, jemná motorika a pozornost) budou spojeny s vyšší oblíbeností vizuálních elektronických médií (televize, počítač, mobil/tablet), a naopak lepší výsledky se budou vyznačovat vyšší oblíbeností tištěných médií.

Tato hypotéza se z velké části potvrdila. Děti s horšími výsledky ve sledovaných oblastech skutečně častěji volily vizuální elektronická média jako svá oblíbená. Počítač uváděly děti s horšími výsledky jako své oblíbené médium o 17,6 % častěji, televizi o 6 % (v případě dětí s nejhorsími výsledky dokonce o 25 %) a mobil/tablet o 22,3 % (děti s nejhorsími výsledky o 28 % častěji). Stejně tak děti s horšími výsledky méně často uváděly obrazková média jako méně oblíbená. Neprokázal se ovšem výrazný rozdíl mezi zbývajícími médii. Děti s lepšími výsledky skutečně častěji uváděly zbývající média, jako oblíbená, ale jednalo se o rozdíly v řádech maximálně několika procent. AVERAGE vůči médiím nehrály tak výrazný vliv, děti s horšími výsledky volily rádio, knihu a časopis jako nejméně oblíbená média o něco častěji, rádio jimi bylo označeno jako neoblíbené o 11,7 % častěji, kniha o 5,8 % a časopis o 10,2 %.

Děti s horšími výsledky v určitých oblastech budou trávit více času na médiích s obrazkou.

Tato hypotéza se částečně potvrdila. Obecně se ukazuje, že děti s horšími výsledky skutečně tráví více času u obrazovek, ale ne u všech. Výjimku tvoří počítač, u kterého děti s horšími výsledky tráví o 26 minut týdně méně než děti s lepšími výsledky. Rozdíl ovšem není nijak zásadní, s přepočtem na den se jedná o zhruba 3 a půl minuty denně. Počítač je zároveň médiem, který není dětmi až tak výrazně používán (většina dětí jej nepoužívá, ale několik dětí jej naopak používá hodně), což také může výsledek ovlivnit. Významný rozdíl je možné vypočítat u televize. Děti s horšími výsledky koukají na televizi o 4 hodiny a 5 minut týdně více než děti s běžnými výsledky. Určitý rozdíl je možné najít i u mobilu/tabletu, který děti s horšími výsledky používají o 52 minut týdně více. Děti s horšími výsledky méně často

používají tištěná média, u samostatného prohlížení knih je to o 1 hodinu a o 23 minut týdně méně, u předčítání o 1 hodinu 20 minut týdně méně, u prohlížení časopisu o 50 minut méně a u společného prohlížení časopisu o 54 minut týdně méně. Zajímavý je výsledek rádia, které děti s horšími výsledky poslouchají o 1 hodinu a 19 minut týdně než děti s normálními výsledky. Tento rozdíl je obtížné vysvětlit, protože rádio bylo dětmi s horšími výsledky častěji uváděno jako neoblíbené. Na druhou stranu však nebyly získány výsledky ode všech rodičů, tyto dvě hodnoty tedy nelze jednoznačně směřovat. Obecně lze však říci, že se hypotéza z velké části potvrdila, ale až na případ televize se nejedná o významné rozdíly. Velkou roli kromě samotného času na médiích může sehrávat také konzumovaný obsah, kdy časové hodnoty mohou být podobné, ale edukativní hodnota na úplně jiné úrovni. Dále je také nutné zohlednit, že údaje od rodičů nemusí být vždy zcela objektivní.

Obrazovková média (televize, počítač, mobil/tablet) budou mezi dětmi populárnější než zbývající média

Tato hypotéza se zcela potvrdila. Sečtením pozitivních a negativních hodnocení jednotlivých médií, byly získány tyto výsledky: nejoblíbenějšími médii jsou mobil/tablet s pozitivní bilancí +47, dále televize s hodnotou +38 a počítač s +19. Zbývající média se pohybovala v záporné bilanci, kdy časopis měl hodnotu -6, rádio -8 a zcela nejhůře dopadla kniha s bilancí -10. Pokud bychom nebrali v potaz averze, ale pouze oblibu, získáme totožné umístění prvních tří médií. Je tedy možné pozorovat, že vizuální elektronická média jsou u dětí výrazně oblíbenější než tištěná média nebo rádio. Zřejmě je to tím, že umožňují více činností a různorodější zábavu, která je jednodušší na konzumaci, neboť vyžadují méně úsilí než tištěná média či rádio.

Děti budou trávit více času s vizuálními elektronickými médii s než v době výzkumu Ondřeje Luštince z roku 2010.

Tato hypotéza se potvrdila. Dnešní děti podle výsledků tráví v domácím prostředí více času u obrazovek, než tomu bylo v době Luštincova výzkumu, kdy u nich děti trávily 8 hodin a 10 minut týdně,¹⁶¹ zatímco dnes je to o 1 hodinu a 7 minut více. Děti tráví méně času sledováním televize (o 20 minut), a u počítače (o přibližně 1 hodinu a 10 minut méně), ale o 2 hodiny a 40 minut více u mobilu/tabletu (tato hodnota ovšem nebyla v minulém výzkumu zahrnuta, vzhledem k tehdejšímu obecně nižšímu používání dotykových zařízení).

¹⁶¹ LUŠTINEC. Mediální návyky dětí ve věku 5-6 let. s. 68.

Lze tedy vidět, že média mají silnou pozici v životech dětí a jejich zařazení je aktivní součástí dnešní výchovy. Děti média dobře znají a dávají přednost spíše médiím s obrazovkou, než tištěným médiím nebo rádiu. Výsledky ukazují, že používání obrazovkových médií může mít negativní vliv na některé aspekty psychomotorického vývoje. Ačkoliv tyto výsledky nelze aplikovat plošně, přesto se jedná o zajímavé zjištění. Nejlepší cesta tedy bude nejspíše ležet tam, kde ji vidí většina pedagogů a rodičů – uprostřed. Digitální média mohou být dobrým pomocníkem, ale jejich používání by mělo být střídme a nenahrazovat ostatní aktivity, které dítě ke svému vývoji potřebuje.

Resumé

Diplomová práce Mediální návyky dětí ve věku 5 a 6 let se zabývá vztahem dětí a médií. Jedná se o přepracovaný výzkum navazující na diplomovou práci Ondřeje Luštince z roku 2010 na stejné téma. Výzkum je snahou zachytit proměnu mediálních návyků a preferencí u 5 a 6letých dětí od roku 2010 do roku 2023. Práce hledá odpověď na otázky, jaké jsou preference a averze dětí vůči různým médiím, jaké je mediální povědomí dětí a jak se k médiím ve výchově staví rodiče a pedagogičtí pracovníci. Kromě toho se práce také zabývá tím, zda má používání a obliba elektronických vizuálních médií negativní dopad na některé aspekty dětského psychomotorického vývoje (verbální vyjadřování, porozumění, jemná motorika, pozornost), dále zda jsou elektronická vizuální média u dětí oblíbenější než tištěná média a rádio a zda u nich děti tráví více času než v roce 2010. V rámci práce byly použity jak kvalitativní, tak kvantitativní metody. Kvalitativní metody zahrnovaly rozhovory a experimenty s 69 pěti a šestiletými dětmi z různých školek, kvantitativní zahrnovaly 3 druhy dotazníků. Dva z nich určené pro rodiče a pedagogické pracovníky byly obsahově podobné, zahrnující otevřené i uzavřené otázky týkající mediálních návyků dětí, způsobu používání médií a postojů rodičů/pedagogických pracovníků k médiím ve výchově. Třetí dotazník byl určen pouze pro pedagogické pracovníky a jeho cílem bylo získat hodnocení dětí ve sledovaných kategoriích. Veškeré výsledky byly analyzovány prostřednictvím obsahové analýzy. Ukázalo se, že mediální povědomí dětí je vysoké a že vizuální elektronická média jsou u dětí mnohem oblíbenější než tištěná média a rádio. Dále se ukázalo, že většina rodičů a pedagogických pracovníků vnímá potřebu média určitým způsobem limitovat, ale nemají nic proti jejich umírněnému používání. Hypotézy se z velké části potvrdily, u dětí s horšími výsledky se skutečně prokázala vyšší obliba a vyšší čas strávený u vizuálních elektronických médií. Dále bylo zjištěno, že u dětí jednoznačně převažuje obliba vizuálních elektronických médií nad ostatními a že s nimi děti tráví více než o hodinu týdně více než v roce 2010. Výsledky práce mohou být chápány v návaznosti na předchozí výzkum z roku 2010 a mohou být pobídkou k dalšímu výzkumu v dané oblasti. Výsledky rovněž mohou být interpretovány samostatně, zejména v souvislosti se zkoumáním možných negativních dopadů vizuálních elektronických médií na psychomotorický vývoj dítěte.

The diploma thesis “Media habits of children aged 5 and 6“ deals with the relationship between children and the media. It is a revised research following the diploma thesis of Ondřej Luštinac from 2010 of the same topic. The research is an attempt to capture the

change in media habits and preferences of 5 and 6 years old children from 2010 to 2023. The thesis seeks an answer to the questions, what are the preferences and aversions of children towards different media, what is the media awareness of children and how do parents and teaching staff approach the media in education. In addition, the work also deals with whether the use and popularity of electronic visual media has a negative impact on some aspects of childrens' psychomotor development (verbal expression, understanding, fine motor skills, attention), and whether electronic visual media are more popular among children than printed media and radio and whether children spend more time with them than in 2010. Both qualitative and quantitative methods were used in the work. Qualitative methods included interviews and experiments with 69 five and six year old children from different kindergartens. Quantitative methods included 3 types of questionnaires. Two of them intended for parents and educators were similar in content, including open and closed questions regarding childrens' media habits, the way they use media, and the attitudes of parents/educators toward media in education. The third questionnaire was intended only for teaching staff and its aim was to obtain evaluations of children in the monitored categories. All results were analyzed through content analysis. It has been shown that children's media awareness is high and that visual electronic media are much more popular with children than print media and radio. Furthermore, it turned out that the majority of parents and educational workers perceive the need to limit the media in a certain way, but they have nothing against their moderate use. The hypotheses were largely confirmed, children with worse results actually showed a higher liking and a higher time spent on visual electronic media. Furthermore, it was found that the popularity of visual electronic media clearly prevails among children over other media and that children spend weekly one hour more with screens than in 2010. The results of the work can be understood as a follow-up to the previous research from 2010 and can be an incentive to further research in the area. They can also be interpreted independently, especially in connection with the investigation of the possible negative effects of visual electronic media on the child's psychomotor development.

Použitá literatura

Knihy

- i. NOLEN-HOEKSEMA, Susan a et al. *Psychologie Atkinsonové a Hilgarda*. Vyd. 3., přeprac. Praha: Portál, 2012. ISBN 978-80-262-0083-3.
- ii. BEDNÁŘOVÁ, Jiřina a Vlasta ŠMARDOVÁ. *Diagnostika dítěte předškolního věku: co by dítě mělo umět ve věku od 3 do 6 let*. Brno: Computer Press, 2022. Moderní metodika pro rodiče a učitele. ISBN 978-80-266-1804-1.
- iii. CALVERT, Sandra L. a Barbara J. WILSON. *The Handbook of Children, Media and Development*. Blackwell Publishing, 2008. ISBN 9781405144179.
- iv. ČÁP, Jan a Jiří MAREŠ. *Psychologie pro učitele*. Praha: Portál, 2001. ISBN 978-80-7367-273-7.
- v. DISMAN, Miroslav. *Jak se vyrábí sociologická znalost: příručka pro uživatele*. 3. vyd. Praha: Karolinum, 2000. ISBN 80-246-0139-7.
- vi. DOČEKAL, Daniel a et al. *Dítě v síti: manuál pro rodiče a učitele, kteří chtějí rozumět digitálnímu světu mladé generace*. Praha: Mladá fronta, 2019.
- vii. DEUZE, Mark. *Media life = Život v médiích*. Praha: Karolinum, 2015. ISBN 978-80-246-2815-8.
- viii. GUST VON LOH, Sonja a Maria HENKEL. Information and Media Literacy in Kindergarten. In: KURBANOĞLU, Serap a et al. *Information Literacy: Lifelong Learning and Digital Citizenship in the 21st Century: Second European Conference*. Springer International Publishing, 2014, s. 253-262. ISBN 978-3-319-14135-0, 978-3-319-14136-7. ISSN 1865-0929. Dostupné z: doi:10.1007/978-3-319-14136-7_27
- ix. GERBNER, George. Growing up with television: Cultivation processes. In: BRYANT, Jennings. *Media Effects: Advances in Theory and Research*. 2nd ed. Hillsdale, N.J.: Lawrence Erlbaum Associates, Inc. In press, 2001, s. 43-67.
- x. HENDL, Jan. *Kvalitativní výzkum: základní metody a aplikace*. Praha: Portál, 2005. ISBN 80-736-7040-2.
- xi. JIRÁK, Jan a Barbara KÖPPLOVÁ. *Masová média*. 2., přepracované vydání. Praha: Portál. ISBN 978-80-262-0771-9.
- xii. LANGMEIER, Josef a Dana KREJČÍŘOVÁ. *Vývojová psychologie*. 2., aktualizované vydání (Vydání 4., přepracované a doplněné, v Grada Publishing 2.). Praha: Grada, 2006 [cit. 2023-04-27]. ISBN 80-247-1284-9.

- xiii. LIVINGSTONE, Sonia M. a Alicia BLUM-ROSS. *Parenting for a digital future : how hopes and fears about technology shape children's lives*. New York: Oxford University Press, 2020. ISBN 978-0-19-087470-4.
- xiv. OPRAVILOVÁ, Eva. *Předškolní pedagogika*. Grada, 2016. ISBN 978-80-271-9086-7.
- xv. PAJARES, Frank a et al. Social Cognitive Theory and Mass Media Effects. In: NABI, Robin L. a Mary Beth OLIVER. *Handbook of media processes and effects*. Thousand Oaks, CA: Sage, 2009, s. 283-298. ISBN 978-1412959964.
- xvi. PERAICA, Ana. *Culture of the Selfie: Self-Representation in Contemporary Visual Culture*. Amsterdam: Institute of Network Cultures, 2017. ISBN 978-94-92302-17-5.
- xvii. SINGER, Dorothy G. a Jerome L. SINGER. *Handbook of Children and the Media*. 2nd ed. Los Angeles: Sage, 2012. ISBN 978-1-4129-8242-9.
- xviii. SMELSER, Neil J. a Paul B. BALTES. *International Encyclopedia of the Social & Behavioral Sciences*. Elsevier, 2001. ISBN 0-08-043076-7.
- xix. SPITZER, Manfred. *Digitální demence: Jak připravujeme sami sebe a naše děti o rozum*. Brno: Host, 2014. ISBN 978-80-7294-872-7.
- xx. STRASBURGER, Victor C., Barbara J. WILSON a Amy B. JORDAN. *Children, adolescents, and the media*. Third edition. Thousand Oaks : SAGE, 2014. ISBN 978-1-4129-9926-7.
- xxi. ŠVAŘÍČEK, Roman a Klára ŠEĐOVÁ. *Kvalitativní výzkum v pedagogických vědách*. Praha: Portál, 2007. ISBN 978-80-7367-313-0.
- xxii. THOROVÁ, Kateřina. *Vývojová psychologie: proměny lidské psychiky od početí po smrt*. Praha: Portál, 2015. ISBN 978-80-262-0714-6.
- xxiii. *Zdravé dětství ve světě digitálních médií: informace a inspirace pro rodiče a všechny, kdo pracují s dětmi a mládeží*. Lelekovice: Franesa, 2020. ISBN 978-80-88337-16-4.

Elektronické články

- i. BARR, Rachel a et al. Infant and Early Childhood Exposure to Adult-Directed and Child-Directed Television Programming: Relations with Cognitive Skills at Age Four. *Merrill Palmer Quarterly* [online]. Wayne State University Press, 2010, January 2010, **56**(1), 21-48 [cit. 2023-04-26]. Dostupné z: doi:10.1353/mpq.0.0038
- ii. BEAMISH, Nicola, Jane FISHER a Heather ROWE. Parents' use of mobile

- computing devices, caregiving and the social and emotional development of children: a systematic review of the evidence. *Australasian Psychiatry* [online]. The Royal Australian and New Zealand College of Psychiatrists, 2018, 1-12 [cit. 2023-04-18]. Dostupné z: doi:10.1177/1039856218789764
- iii. BRAUNE-KRICKAU, Katrin a et al. Smartphones in the nursery: Parental smartphone use and parental sensitivity and responsiveness within parent–child interaction in early childhood (0–5 years): A scoping review. *Infant Mental Health Journal* [online]. 2021, **42**(2), 161-175 [cit. 2023-04-26]. Dostupné z: doi:10.1002/imhj.21908
- iv. BROEKMAN, Francette L. a et al. A Parental Perspective on Apps for Young Children. *Computers in Human Behavior* [online]. Amsterdam: Amsterdam School of Communication Research, 2016, 6 May 2016, **63**, 142-151 [cit. 2023-04-26]. Dostupné z: doi:https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.05.017
- v. CHEN, Wenli, Ming Hui TEO a Dong NGUYEN. Singapore Parents' Use of Digital Devices with Young Children: Motivations and Uses. *The Asia-Pacific Education Researcher* [online]. Springer, 2019, 09 January 2019, **28**(3), 239-250 [cit. 2023-04-26]. Dostupné z: doi:10.1007/s40299-019-00432-w
- vi. Upravil citaci
- vii. DIAMOND, Adele. Executive Functions. *Department of Psychiatry* [online]. Vancouver, Canada: Department of Psychiatry, University of British Columbia and BC Children's Hospital, 2012, September 27 2012, **64**(1), 135-168 [cit. 2023-04-15]. Dostupné z: doi:10.1146/annurev-psych-113011-143750
- viii. DOSSEY, Larry. FOMO, Digital Dementia, and Our Dangerous Experiment. *Explore (NY)* [online]. 2014, March/April 2014, **10**(2), 69-72 [cit. 2023-04-23]. Dostupné z: doi:10.1016/j.explore.2013.12.008
- ix. ELIAS, Nelly a Idit SULKIN. Screen-Assisted Parenting: The Relationship Between Toddlers' Screen Time and Parents' Use of Media as a Parenting Tool. *Journal of Family Issues* [online]. 2019, 22 July 2019, **40**(18), 1-22 [cit. 2023-02-26]. Dostupné z: doi:https://doi.org/10.1177/0192513X19864983
- x. HASSAN, Taimoor-ul, Ashfaq HUSSAIN a Ghulam SHABIR. Personal Integrative Needs and Use of Social Media Personal Integrative Needs and Use of Social Media among Information Professionals. *Library Philosophy and Practice* [online]. Libraries at University of Nebraska-Lincoln, 2019, 1-14 [cit. 2023-02-27]. Dostupné z: https://digitalcommons.unl.edu/
- xi. KIRKORIAN, Heather L., Ellen A. WARTELLA a Daniel R. ANDERSON. Media and Young Children's Learning. *The Future of Children* [online]. Princeton University, Spring 2008, **18**(1), 36-61 [cit. 2023-04-14]. Dostupné z: doi:10.1353/foc.0.0002
- xii. MARTZOG, Philipp, Heidrun STOEGER a Sebastian SUGGATE. Relations between Preschool Children's Fine Motor Skills and General Cognitive

- Abilities. *Journal of Cognition and Development* [online]. Routledge Taylor & Francis Group, 2019, 14 May 2019, 1-23 [cit. 2023-04-23]. Dostupné z: doi:10.1080/15248372.2019.1607862
- xiii. MUNZER, Tiffany G a et al. Media Exposure in Low-Income Preschool-Aged Children Is Associated with Multiple Measures of Self-Regulatory Behavior. *Journal of Developmental & Behavioral Pediatrics* [online]. 2018, 2018 May, **1**, 1 - 7 [cit. 2023-04-04]. Dostupné z: doi:10.1097/DBP.0000000000000560
- xiv. MUSTAFAOĞLU, Rüstem a et al. The Negative Effects of Digital Technology Usage on Children's Development and Health. *Addicta: The Turkish Journal on Addictions* [online]. 2018, Autumn 2018, **5**(2), 13-21 [cit. 2023-04-28]. ISSN 2148-7286. Dostupné z: doi:http://dx.doi.org/10.15805/addicta.2018.5.2.0051
- xv. LAURICELLA, Alexis R. The Mobile Generation: Youth and Adolescent Ownership and Use of New Media. *Communication Research Reports* [online]. Routledge, 2014, 21 Oct 2014, **31**(4), 37-41 [cit. 2023-03-28]. Dostupné z: doi:10.1080/08824096.2014.963221
- xvi. LILLARD, Angeline S. a Jennifer PETERSON. The Immediate Impact of Different Types of Television on Young Children's Executive Function. *Pediatrics* [online]. Charlottesville, Virginia, Department of Psychology, University of Virginia, May 31 2011, **128**(4), 644-649 [cit. 2023-04-15]. Dostupné z: doi:10.1542/peds.2010-1919
- xvii. LINEBARGER, Deborah L., Ariel CHERNIN a Jennifer KOTLER. "p kids watch TV": Children's perceptions of media and nonmedia activities. *Journal of Children and Media* [online]. 14 Feb 2008, **2**(1), 37-55 [cit. 2023-04-08]. Dostupné z: doi:10.1080/17482790701782788
- xviii. NATHANSON, Amy I. a et al. The Relation Between Television Exposure and Executive Function Among Preschoolers. *Developmental Psychology* [online]. American Psychological Association, 2014, **50**(5), 1497–1506 [cit. 2023-04-13]. Dostupné z: doi:10.1037/a0035714
- xix. RADESKY, Jenny S., Jayna SCHUMACHER a Barry ZUCKERMAN. Mobile and Interactive Media Use by Young Children: The Good, the Bad, and the Unknown. *Pediatrics* [online]. Division of Developmental Behavioral Pediatrics, Department of Pediatrics, Boston Medical Center, Boston, Massachusetts, 2014, January 2015, **135**(1), 1-3 [cit. 2023-04-08]. Dostupné z: doi:10.1542/peds.2014-2251
- xx. RUSSELL, Cristel A. a L. J. SHRUM. The Cultivation of Parent and Child Materialism: A Parent-Child Dyadic Study. *Human Communication Research* [online]. Oxford University Press, 2021, 2021 June 14, **47**, 284-308 [cit. 2023-03-26]. Dostupné z: doi:10.1093/hcr/hqab004

- xxi. SANDU, Antonio a Polixenia NISTOR. Digital Dementia. *Eastern-European Journal of Medical Humanities and Bioethics* [online]. 4(1), 1-6 [cit. 2023-03-27]. Dostupné z: doi:10.18662/eejmhb/4.1/22
- xxii. SPARROW, Betsy, Jenny LIU a Daniel M. WEGNER. Google Effects on Memory: Cognitive Consequences of Having Information at Our Fingertips. *Science* [online]. 5 August 2011, 333(6043), 776-778 [cit. 2023-03-19]. Dostupné z: doi:10.1126/science.1207745

Webové stránky

- i. Co je ČT :D. *Česká televize* [online]. [cit. 2023-04-15]. Dostupné z: <https://www.ceskatelevize.cz/decko-pro-rodice/uvod/>
- ii. Cultivation Theory. *Communication Theory* [online]. [cit. 2023-03-12]. Dostupné z: <https://www.communicationtheory.org/cultivation-theory/>
- iii. CHERRY, Kendra. What the Bobo Doll Experiment Reveals About Kids and Aggression. *Very Well Mind* [online]. New York, 2022, 28. 12. 2022 [cit. 2023-04-03]. Dostupné z: <https://www.verywellmind.com/bobo-doll-experiment-2794993>
- iv. Česká televize nabídne dětské pořady pouze na kanálu Děčko, z ČT2 zmizí. *Český rozhlas* [online]. 19. květen 2021 [cit. 2023-04-06]. Dostupné z: <https://digital.rozhlas.cz/ceska-televize-nabidne-detske-porady-pouze-na-kanalu-decko-z-ct2-zmizi-8494647>
- v. Elektronická Albi tužka 2.0. *Albi* [online]. Praha: Albi [cit. 2023-04-01]. Dostupné z: <https://eshop.albi.cz/elektronicka-albi-tuzka-2-0/>
- vi. FIZIstyle. In: *Forbes* [online]. Praha, 2023 [cit. 2023-03-27]. Dostupné z: <https://forbes.cz/lists/nejlepe-placeni-youtuberi-2022/nejvydelecnejsi-youtuberi-ceska-2022/1-fizistyle/>
- vii. *iSophi* [online]. Kadno [cit. 2023-04-16]. Dostupné z: <https://isophi.cz/>
- viii. Kovy. In: *Forbes* [online]. Praha, 2023 [cit. 2023-03-27]. Dostupné z: <https://forbes.cz/lists/nejlepe-placeni-youtuberi-2022/nejvydelecnejsi-youtuberi-ceska-2022/8-kovy/>
- ix. MultiBoard – mobilní dotykový displej s předinstalovanou kompletní sadou programů Barevné kamínky k bezplatnému vyzkoušení. *Barevné kamínky* [online]. Kroměříž: Barevné kamínky [cit. 2023-04-16]. Dostupné z: <https://www.hrajeme-si.cz/content/24-dotykovy-panel-multiboard-nejlepsi-volba-pro-interaktivni-vyuku-v-ms>
- x. ROSA, Tomáš. Jakou streamovací službu si vybrat? Nerozvážnost může přijít i na 28 tisíc ročně. In: *Deník.cz* [online]. 2023, 18. 2. 2023 [cit. 2023-04-04]. Dostupné z: <https://www.denik.cz/film-a-televize/prehled-streamovaci-sluzby-cesko.html>

- xi. RP 2022: 3. a 4. kvartál: Tisková zpráva. In: *MEDIAN, s.r.o.* [online]. Praha: Median, 2023, 8. února 2023 [cit. 2023-04-04]. Dostupné z: https://www.median.eu/cs/?page_id=37
- xii. SKALNÍKOVÁ, Kristýna. Youtuber Stejk: Už jsem na sebe prásknul i to, co nevím. In: *Novinky.cz* [online]. 2023, 7. 2. 2023 [cit. 2023-03-27]. Dostupné z: <https://www.novinky.cz/clanek/muzi-youtuber-stejk-uz-jsem-na-sebe-prasknul-i-to-co-nevim-40421749>
- xiii. ŠMÍD, Darek. Češi, národ piva a YouTube. Už přes třicet českých kanálů má milion odběratelů. In: *Forbes* [online]. Praha: Darek Šmíd, 2021, 30. 8. 2021 [cit. 2023-03-27]. Dostupné z: <https://forbes.cz/cesi-narod-piva-a-youtubu-uz-pres-třicet-ceskych-kanalu-ma-milion-odberatelů/>
- xiv. VINNEY, Cynthia. What Is Cultivation Theory in Media Psychology?. *Very Well Mind* [online]. New York, January 18, 2022 [cit. 2023-04-19]. Dostupné z: <https://www.verywellmind.com/cultivation-theory-5214376>
- xv. Základní výsledky čtenosti titulů za 1. až 4. čtvrtletí 2022. In: *Unie vydavatelů* [online]. Praha: Unie vydavatelů, 2023 [cit. 2023-04-22]. Dostupné z: http://www.unievychovatelu.cz/cs/unie_vychovatelu/mediální_data/vyzkum_ctenosti

Diplomové a disertační práce

- i. HADRBOLOVÁ, Jana. *Média jako nástroj rodičů ve výchově dítěte* [online]. Univerzita Karlova, 2021 [cit. 2023-04-27]. Dostupné z: <https://dspace.cuni.cz/handle/20.500.11956/127664>. Diplomová práce. Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd. Vedoucí práce Jan Miessler.
- ii. LUŠTINEC, Ondřej. *Mediální návyky dětí ve věku 5 a 6 let* [online]. Univerzita Karlova, 2010 [cit. 2023-03-12]. Dostupné z: <https://dspace.cuni.cz/handle/20.500.11956/26943>. Diplomová práce. Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd. Vedoucí práce Radim Wolák.
- iii. LUŠTINEC, Ondřej. *Mediální návyky předškolních dětí. Porovnání preferencí dívek a chlapců* [online]. Univerzita Karlova, 2015 [cit. 2023-03-12]. Dostupné z: <https://dspace.cuni.cz/handle/20.500.11956/73673>. Disertační práce. Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd. Vedoucí práce Jan Jiráček.
- iv. MYŠÁK, Tomáš. *Rodič a jeho dítě do 10 let ve vztahu k novým technologiím* [online]. Univerzita Karlova, 2020 [cit. 2023-04-01]. Dostupné z: <https://dspace.cuni.cz/handle/20.500.11956/121991>. Bakalářská práce. Univerzita Karlova, Filozofická fakulta. Vedoucí práce Michaela Slussareff.
- v. NEUWIRTHOVÁ, Barbora. *Život dětí s médii a v médiích* [online]. Univerzita Karlova, 2016 [cit. 2023-03-19]. Dostupné z:

<https://dspace.cuni.cz/handle/20.500.11956/77995?show=full>. Disertační práce.
Univerzita Karlova, Pedagogická fakulta. Vedoucí práce Ida Viktorová.

Legislativní dokumenty

- i. *Rámcový vzdělávací program pro předškolní vzdělávání*. In: . Praha: MŠMT, 2021. Dostupné také z: <https://www.edu.cz/rvp-ramcove-vzdelavaci-programy/ramcove-vzdelavaci-program-pro-predskolni-vzdelavani-rvp-pz/>

Osobní komunikace

- i. HAVLÍČKOVÁ, Hana. *Sledovanost televizních stanic* [e-mail]. Message to: Vendula Knejřlová. 28.04.2023 [28.04.2023]. Osobní komunikace.

Teze Diplomové práce

SCHVÁLENO

3.8.21
MJ

Institut komunikačních studií a žurnalistiky FSV UK Teze MAGISTERSKÉ diplomové práce																
TUTO ČÁST VYPLŇUJE STUDENT/KA:																
Příjmení a jméno diplomantky/diplomanta: Vendula Knečková	Razítko podatelny: <table border="1"> <tr> <td colspan="2">Univerzita Karlova</td> <td></td> </tr> <tr> <td colspan="2">Fakulta sociálních věd</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Došlo dne:</td> <td>30-07-2021</td> <td>-1-</td> </tr> <tr> <td>Čj. 192</td> <td></td> <td>Příloh.</td> </tr> <tr> <td>Přiděleno:</td> <td></td> <td></td> </tr> </table>	Univerzita Karlova			Fakulta sociálních věd			Došlo dne:	30-07-2021	-1-	Čj. 192		Příloh.	Přiděleno:		
Univerzita Karlova																
Fakulta sociálních věd																
Došlo dne:		30-07-2021	-1-													
Čj. 192		Příloh.														
Přiděleno:																
Imatrikulační ročník diplomantky/diplomanta: 2020/2021																
E-mail diplomantky/diplomanta: 97871452@fsv.cuni.cz																
Studijní obor/forma studia: Mediální studia/denní																
Název práce v češtině: Mediální návyky dětí ve věku 5-6 let																
Název práce v angličtině: Media habits of kids in age of 5-6 years																
Předpokládaný termín dokončení (semestr, akademický rok – vzor: ZS 2012/2013) (diplomovou práci je možné odevzdat <u>nejdříve</u> po dvou semestrech od schválení tezi) LS 2021/2022																
Charakteristika tématu a jeho dosavadní zpracování (max. 1800 znaků): Téma práce volně navazuje na podobný výzkum vedený před deseti lety, kdy se autor zabýval mediálními návyky dětí ve věku 5-6 let. Mediální návyky se v průběhu deseti let proměnily, v domácnostech se častěji vyskytují digitální média. Někteří autoři upozorňují na negativní důsledky nadužívání digitálních médií, například Manfred Spitzer se svými knihami <i>Digitální demence: Jak připravujeme sami sebe a naše děti o rozum</i> z roku 2012 nebo <i>Kybernemoc! Jak digitalizovaný život ničí naše zdraví</i> z roku 2015. Americký psycholog Nicholas Kardaras si ve své knize <i>Glow Kids: How Screen Addiction Is Hijacking Our Kids-And How to Break the Trance</i> z roku 2016 všimá negativních důsledků nadužívání digitálních médií v vztahu k dětem. Vztah dětí a televize byl již v roce 1997 popsán v knize Barrieho Guntera a Jilla McAleera <i>Children and Television</i> . V českém prostředí se tomuto tématu věnuje Klára Šedřová, která v roce 2007 vydala knihu zaměřenou na rodiny s předškolními dětmi a jejich vztah k televizi s názvem <i>Děti a rodiče před televizí: Rodinná socializace dětského televizního diváctví</i> nebo Bohuslav Blažek s knihou <i>Tváří v tvář obrazovce</i> z roku 1995.																
Předpokládaný cíl práce, případně formulace problému, výzkumné otázky nebo hypotézy (max. 1800 znaků): Práce si klade za cíl navázat na podobný výzkum realizovaný Ondřejem Luštincem v roce 2009/2010 s názvem <i>Mediální návyky dětí ve věku 5-6 let</i> . Cílem tehdejšího výzkumu bylo zejména nalezení odpovědí na tyto otázky: <ul style="list-style-type: none"> • Jaké místo mají média v životě dětí ve věku 5-6 let? • Jsou u těchto dětí oblíbenější média klasická (televize, rozhlas, časopisy, ale i knihy), nebo média nová (počítač, internet, mobilní telefon atd.)? Kromě výše zmíněných bude výzkum hledat odpovědi na tyto otázky: <ul style="list-style-type: none"> • Změnily se za posledních deset let mediální návyky dětí? Pokud ano, jak? • Spatřují pedagogové v posledních deseti letech proměnu dětí v oblasti behaviorální/sociální/kognitivní? Dále bude ověřovat tyto hypotézy: H1: Děti budou preferovat mobily oproti ostatním aktivitám (hry na mobilu jsou pro děti zábavnější než četba nebo sledování pohádek...) H2: Děti, které tráví hodně času sledováním TV/hraním her na PC/mobilu, budou častěji potřebovat pomoc logopeda, stejně jako děti jejichž rodiče tráví podstatnou část volného času u TV/PC/mobilů. H3: Pokud nebude aktivita dětí rodiči regulována, budou mediální návyky dětí kopírovat mediální																

návyky rodičů. H4: Oproti předchozímu výzkumu budou děti trávit mnohem více času na mobilech. H5: Děti docházející do soukromé školky budou v průměru trávit méně času u PC/TV/mobilu.
Předpokládaná struktura práce (rozdělení do jednotlivých kapitol a podkapitol se stručnou charakteristikou jejich obsahu): 1. Úvod 2. Děti a média – obecné uvedení do problematiky. 3. Mediální návyky dětí a jejich proměny – přehled dosavadního zkoumání problematiky a centra odborného zájmu. 4. Metodologie 5. Výzkum 6. Výsledky 7. Závěr
Vymezení podkladového materiálu (např. titul periodika a analyzované období): <ul style="list-style-type: none"> • Dotazníková šetření mezi rodiči • Rozhovory s pedagogy • Rozhovory s dětmi
Metody (techniky) zpracování materiálu: Kombinace kvantitativních a kvalitativních metod. - Rozhovory s dětmi - Dotazník pro rodiče (cílem bude zjistit, jaké jsou mediální návyky dětí, ale i rodičů) – kvantitativní - Rozhovory s pedagogickými pracovníky nebo dotazník (cílem bude zjistit, zda pozorují určité změny chování dětí či jejich schopností obecně)* * Bude realizováno pouze s těmi pedagogickými pracovníky, kteří mají dostatečně dlouhou praxi.
Základní literatura (nejméně 5 nejdůležitějších titulů k tématu a metodě jeho zpracování; u všech titulů je nutné uvést stručnou anotaci na 2-5 řádků): 1. PUNCH, K. <i>Základy kvantitativního šetření</i> . Praha: Portál, 2008. - Autor přináší příručku pro výzkumníky zabývající se kvantitativním výzkumem. Autor zde přibližuje logiku kvantitativního šetření, rozebírá metody kvantitativního výzkumu a vysvětluje vztahy mezi jednotlivými proměnnými. 2. SPITZER, M. <i>Digitální demence: jak připravujeme sami sebe a naše děti o rozum</i> . 1. vyd. Brno: Host, 2014. - Kniha německého neurovědyce Manfreda Spitzera, která se zabývá negativními aspekty nadužívání digitálních médií. Spitzer zde varuje před bezmyšlenkovitým přijímáním digitálních médií a upozorňuje na to, že jejich nadužívání může vést k degradaci intelektuálních schopností, depresím, nadváze apod. 3. ŠEĐOVÁ, K. <i>Děti a rodiče před televizí: rodinná socializace dětského televizního diváctví</i> . Brno: Paido, 2007. - Autorka v této knize analyzuje rodiny s předškolními dětmi a jejich chování ve vztahu k televizi. Poukazuje na to, že rodiče (ať už vědomě či nevědomě) zásadním způsobem formují televizní návyky svých dětí a učí je být televizními diváky. 4. ŠVARÍČEK, Roman a Klára ŠEĐOVÁ. <i>Kvalitativní výzkum v pedagogických vědách</i> . Praha: Portál, 2007. - Autoři přináší ucelený návod na kvalitativní výzkum pedagogického a sociálního zaměření. Kromě samotného návodu přináší také pět pedagogických výzkumů realizovaných v ČR, které mohou posloužit jako inspirace pro vlastní výzkum. 5. ŠULOVÁ, Lenka. <i>Raný psychický vývoj dítěte</i> . Třetí vydání. Praha: Univerzita Karlova v Praze, Nakladatelství Karolinum, 2019. - Autorka se v knize zabývá raným vývojem dítěte od prenatálního až do předškolního období, klade přitom důraz na vztahy s rodiči. Všímá si zejména oblastí týkajících se vývoji řeči, motoriky a sociálního vývoje dítěte.

Diplomové a disertační práce k tématu (seznam bakalářských, magisterských a doktorských prací, které byly k tématu obhájeny na UK, případně dalších oborově blízkých fakultách či vysokých školách za posledních pět let)

- GUTZER, Martin. *Vliv médií na děti a mládež*. 2018. Bakalářská práce. Univerzita Karlova, Pedagogická fakulta, Katedra pedagogiky. Vedoucí práce Syříště, Ivo.
- LISÁ, Markéta. *Postupy rozvíjení čtenářské gramotnosti u předškolních dětí*. 2016. Bakalářská práce. Univerzita Karlova, Filozofická fakulta, Ústav českého jazyka a teorie komunikace. Vedoucí práce Šormová, Kateřina.
- LUŠTINEC, Ondřej. *Mediální návyky předškolních dětí*. Porovnání preferencí dívek a chlapců. Praha, 2015. Rigorózní práce. Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Katedra mediálních studií. Vedoucí práce Jirák, Jan.
- LUŠTINEC, Ondřej. *Mediální návyky dětí ve věku 5-6 let*. 2010. Diplomová práce. Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Katedra mediálních studií. Vedoucí práce Wolák, Radim.
- MYŠÁK, Tomáš. *Rodič a jeho dítě do 10 let ve vztahu k novým technologiím*. Praha, 2020. Bakalářská práce. Univerzita Karlova, Filozofická fakulta, Ústav informačních studií a knihovnictví. Vedoucí práce Slussareff, Michaela.
- RÁZKOVÁ, Barbora. *Mediální činnosti v mateřské škole*. Praha, 2021. Bakalářská práce. Univerzita Karlova, Pedagogická fakulta, Katedra české literatury. Vedoucí práce Laufková, Veronika.

Datum / Podpis studenta/ky

.....

TUTO ČÁST VYPLŇUJE PEDAGOG/PEDAGOŽKA:

Doporučení k tématu, struktuře a technice zpracování materiálu:

Veškerá má doporučení jsou zpracována výše.

Případné doporučení dalších titulů literatury předepsané ke zpracování tématu:

Doporučená literatura byla zkontrolována a je zpracována výše.

Potvrzuji, že výše uvedené teze jsem s jejich autorem/kou konzultoval(a) a že téma odpovídá mému oborovému zaměření a oblasti odborné práce, kterou na FSV UK vykonávám.

Souhlasím s tím, že budu vedoucí(m) této práce.

PhDr. Radim Wolák

Příjmení a jméno pedagožky/pedagoga

Datum / Podpis pedagožky/pedagoga

TEZE JE NUTNO ODEVZDAT VYTIŠTĚNĚ, PODEPSANĚ A VE DVOU VYHOTOVENÍCH DO TERMÍNU UVEDENÉHO V HARMONOGRAMU PŘÍSLUŠNÉHO AKADEMICKÉHO ROKU, A TO PROSTŘEDNICTVÍM PODATELNY FSV UK. PŘIJATÉ TEZE JE NUTNÉ SI VYZVEDNOUT V SEKRETARIÁTU PŘÍSLUŠNÉ KATEDRY A NECHAT VEVÁZAT DO OBOU VÝTISKŮ DIPLOMOVÉ PRÁCE.

TEZE NA IKSŽ SCHVALUJE GARANT PŘÍSLUŠNÉHO STUDIJNÍHO OBORU.

Seznam příloh

Příloha č. 1: Příloha č. 1 – Poměr oblíbenosti jednotlivých médií (graf). Zdroj dat: Autor.

Příloha č. 2: Oblíbenost jednotlivých médií (graf). Zdroj dat: Autor.

Příloha č. 3: Poměr averze vůči jednotlivým médiím (graf). Zdroj dat: Autor.

Příloha č. 4: Averze vůči jednotlivým médiím (graf). Zdroj dat: Autor.

Příloha č. 5: Oblíbenost jednotlivých médií mezi dětmi v souvislosti s nedostatky v určitých oblastech (tabulka). Zdroj dat: Autor.

Příloha č. 6: Averze vůči jednotlivým médiím mezi dětmi v souvislosti s nedostatky v určitých oblastech (tabulka). Zdroj dat: Autor.

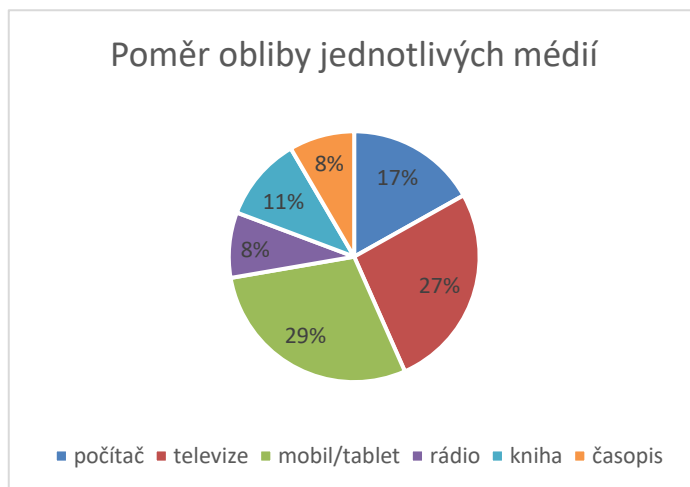
Příloha č. 7 – Počet hodin strávený s jednotlivými médii týdně v souvislosti s nedostatky v určitých oblastech (tabulka). Zdroj dat: Autor.

Příloha č. 8: Standardizovaný dotazník pro rodiče

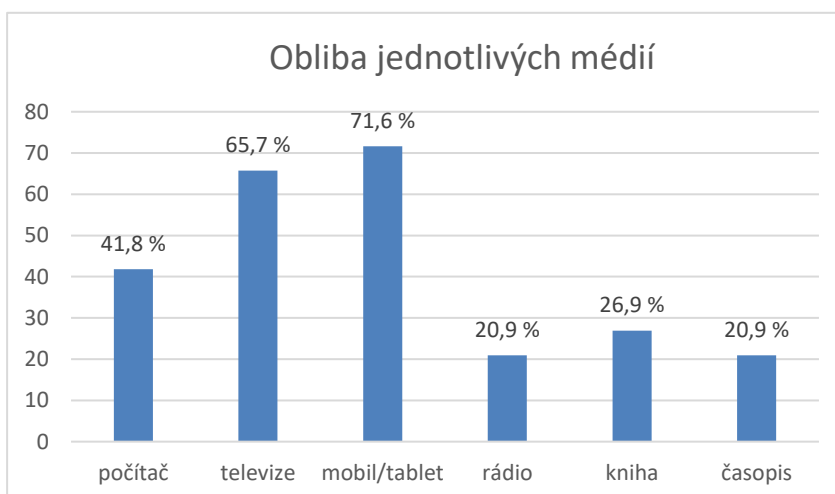
Příloha č. 9: Standardizovaný dotazník pro pedagogické pracovníky 1 (mediální)

Příloha č. 10: Standardizovaný dotazník pro pedagogické pracovníky 2 (hodnotící)

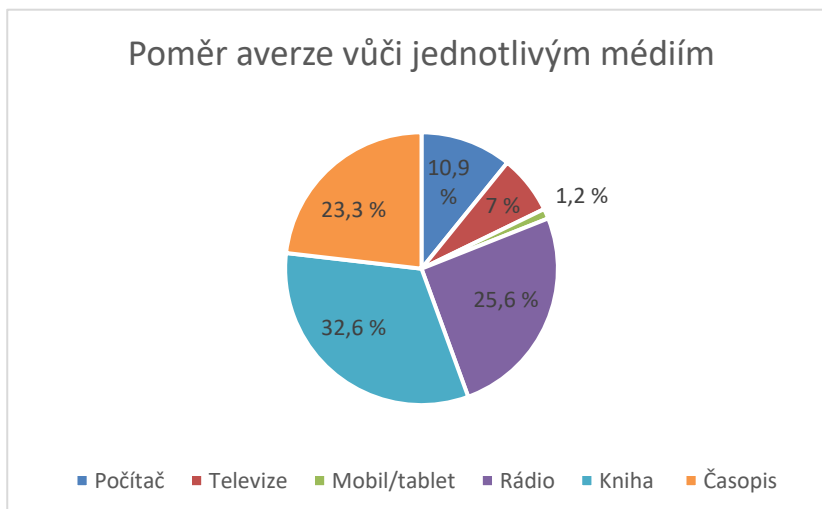
Příloha č. 1: Příloha č. 1 – Poměr oblíbenosti jednotlivých médií (graf). Zdroj dat: Autor.



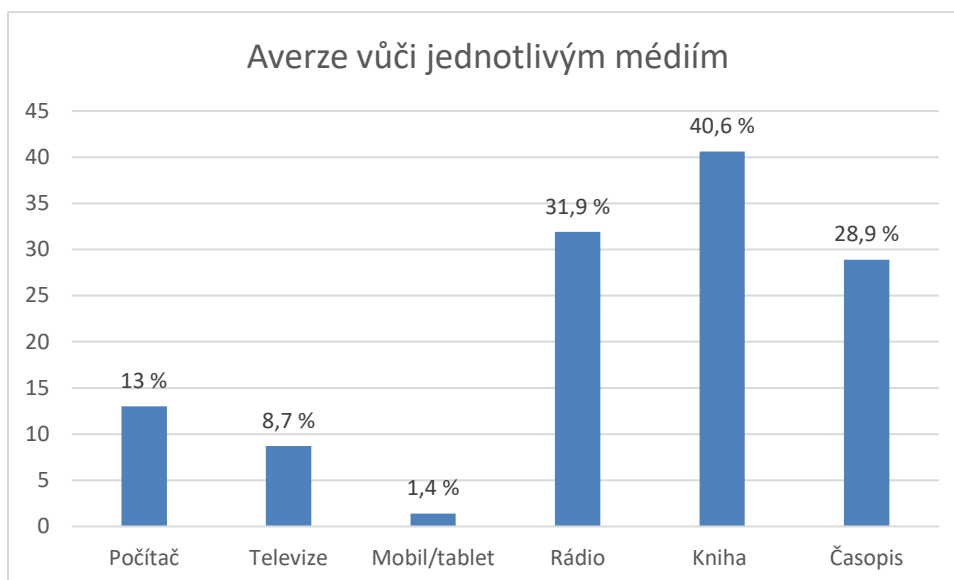
Příloha č. 2: Oblíbenost jednotlivých médií (graf). Zdroj dat: Autor.



Příloha č. 3: Poměr averze vůči jednotlivým médiím (graf). Zdroj dat: Autor.



Příloha č. 4: Averse vůči jednotlivým médiím (graf). Zdroj dat: Autor.



Příloha č. 5: Obliba jednotlivých médií mezi dětmi v souvislosti s nedostatky v určitých oblastech (tabulka). Zdroj dat: Autor.

		Počítač	Televize	Mobil/Tablet	Rádio	Kniha	Časopis
A	0	32,4 %	62,2 %	59,5 %	16,2 %	29,7 %	21,6 %
B	> 0	50 %	68,2 %	81,8 %	18,2 %	27,9 %	18,2 %
C	> 2,9	50 %	87,5 %	87,5 %	12,5 %	25 %	12,5 %

Příloha č. 6: Averse vůči jednotlivým médiím mezi dětmi v souvislosti s nedostatky v určitých oblastech (tabulka). Zdroj dat: Autor.

		Počítač	Televize	Mobil/Tablet	Rádio	Kniha	Časopis
A	0	18,9 %	10,8 %	0 %	27 %	35,1 %	21,6 %
B	> 0	4,5 %	4,5 %	4,5 %	36,7 %	40,9 %	31,8 %
C	> 2,9	0 %	0 %	0 %	37,5 %	37,5 %	37,5 %

Příloha č. 7 – Počet hodin strávený s jednotlivými médii týdně v souvislosti s nedostatky v určitých oblastech (tabulka). Zdroj dat: Autor.

		Televize	Počítač	Mobil/tablet	Rádio	Kniha (prohlížení)	Kniha (předčítání)	Časopis (prohlížení)	Časopis (společné prohlížení)
A	0	4:47	0:54	2:23	1:38	3:34	3:50	2:06	1:54
B	>0	8:52	0:38	3:15	2:57	2:11	2:30	1:16	1:00

Příloha č. 8: Standardizovaný dotazník pro rodiče

Číslo dotazníku

Vážení rodiče,

Jmenuji se Vendula Knejřlová a v rámci své diplomové práce realizuji výzkum Mediálních návyků dětí ve věku 5 – 6 let a souvisejících aspektů. Ráda bych Vám poděkovala za pomoc při vyplňování dotazníku, nesmírně si jí vážím. Oblast mediálních návyků se v posledních letech nesmírně proměnila, děti nyní využívají média, která nikdy dříve tolik nevyužívala (např. mobil, tablety apod). Jedná se o novou, ne zcela probádanou oblast, které je třeba věnovat náležitou pozornost. Prosím o maximálně upřímné odpovědi, výzkum je anonymní. Pokud budete mít jakékoliv dotazy, neváhejte se na mě prosím obrátit, a to prostřednictvím e-mailu (97871452@fsv.cuni.cz) nebo telefonicky (776509888). Ještě jednou děkuji za čas věnovaný vyplnění tohoto dotazníku!

1. Zhodnoťte prosím, jak rádo dítě daná média používá (pokud médium nepoužívá, zaškrtněte 0)

	0 Nepoužívá	1 Nesnáší	2 Nemá v oblibě	3 Nevadí mu	4 Má rádo	5 Miluje
Televize						
Notebook/PC/dětský počítač						
Tablet/mobil						
Rádio						
Kniha (prohlíží si samo)						
Kniha (je mu předčítáno)						
Časopis (prohlíží si samo)						
Časopis (je mu předčítáno)						

2. Jakým způsobem dítě daná média používá, jaké obsahy konzumuje (např. na jaké pořady se dívá, jaké hry hraje, jaké si prohlíží časopisy...)

3. Omezujete nějakým způsobem používání médií? Pokud ano, proč a jakým způsobem tomu činíte? Pokud žádné médium neomezujete, uveďte prosím proč.

4. Kolikrát do týdne dítě (mimo školku) dané médium použije? Kolik hodin týdně dítě s daným médiem (mimo školku) stráví? Zaokrouhlete prosím na půl hodiny. (např.: dítě se kouká každý den v týdnu na večerníček, tzn., že se na televizi dívá 7x týdně po dobu zhruba 70 minut, což po zaokrouhlení odpovídá na 1 hodinu týdně). Pokud dítě dané médium nepoužívá, napište 0.

	Kolikrát týdně	Kolik hodin týdně
Televize		
Notebook/PC/dětský počítač		
Tablet/mobil		
Rádio/Hudební přehrávač		
Kniha (prohlíží si samo)		
Kniha (je mu předčítáno)		
Časopis (prohlíží si samo)		
Časopis (je mu předčítáno)		

5. Jaký je Váš osobní postoj k médiím a jejich místě ve výchově? Jsou média, která preferujete/nemáte rádi? Proč?

6. Vlastní Vaše dítě některá z těchto médií? (tzn., že má své vlastní zařízení)

	ANO	NE
Televize		
Notebook/PC		
Tablet		
Rádio		
Dětský počítač		
Mobilní telefon		

7. Děkuji Vám za vyplnění dotazníku. Zde je prostor pro jakékoliv Vaše postřehy:

Příloha č. 9: Standardizovaný dotazník pro pedagogické pracovníky 1 (mediální)

1. Používají děti ve školce některá z těchto médií, ať už samostatně či pod Vaším vedením?

	ANO	NE
Televize		
Notebook/PC		
Tablet		
Rádio		
Dětský počítač		
Mobilní telefon		
Knihy		
Časopisy		

2. Kolikrát do týdne a kolik hodin týdně děti ve školce používají děti jednotlivá média? Zaokrouhlete prosím na půl hodiny. Pokud nepoužívají, napište 0.

	Kolikrát do týdne	Kolik hodin týdně
Televize		
Notebook/PC		
Tablet		
Rádio		
Knihy (předčítání)		

3. Jakým způsobem děti daná média ve školce používají, jaké mediální obsahy konzumují (např. na jaké pořady se dívají, jaké PC hry hrají, jaké si prohlíží časopisy...)?

-
4. Omezujete nějakým způsobem používání médií? Pokud ano, proč a jakým způsobem tomu činíte? Pokud žádné médium neomezujete, uveďte prosím proč.
5. Jaký je Váš osobní postoj k médiím a jejich místě ve výchově? Jsou média, která preferujete/nemáte rádi? Proč?
6. Děkuji za vyplnění dotazníku! Zde je prostor pro Vaše podněty/postřehy/komentáře. Ještě jednou moc děkuji!

Příloha č. 10: Standardizovaný dotazník pro pedagogické pracovníky 2 (hodnotící)

Děkuji za Vaši spolupráci, nesmírně si jí vážím. Věřím, že jako pedagogičtí experti a znalci svých svěřenců budete schopni co nejobektivněji jednotlivé děti zhodnotit. Prosim o maximální možnou objektivitu. Veškeré Vámi uvedené informace budou anonymizovány a následně budou využity pouze pro účely výzkumu.

Prosim uveďte, pokud dítě trpí vrozenými poruchami nebo pochází z vícejazyčného prostředí, pokud by to negativně ovlivňovalo výsledky ve sledovaných oblastech.

1 – souhlasí (schopnost odpovídá věku dítěte)

2 – částečně souhlasí (jsou zde určité mezery)

3 – nesouhlasí (schopnost neodpovídá věku dítěte, jsou zde výrazné mezery)

Jméno dítěte:	1 – souhlasí	2 – částečně souhlasí	3 – nesouhlasí
Vyjadřovací schopnosti odpovídají věku dítěte (je schopno hovořit v souvětích, v minulém/přítomném a budoucím čase)			
Dítě rozumí pokynům (přiměřeným pro jeho věk).			
Jemná motorika odpovídá věku dítěte.			
Dítě zvládne udržet pozornost adekvátně ke svému věku.			

Jméno dítěte:	1 – souhlasí	2 – částečně souhlasí	3 – nesouhlasí
Vyjadřovací schopnosti odpovídají věku dítěte (je schopno hovořit v souvětích, v minulém/přítomném a budoucím čase)			
Dítě rozumí pokynům (přiměřeným pro jeho věk).			
Jemná motorika odpovídá věku dítěte.			
Dítě zvládne udržet pozornost adekvátně ke svému věku.			

Jméno dítěte:	1 – souhlasí	2 – částečně souhlasí	3 – nesouhlasí
Vyjadřovací schopnosti odpovídají věku dítěte (je schopno hovořit v souvětích, v minulém/přítomném a budoucím čase)			
Dítě rozumí pokynům (přiměřeným pro jeho věk).			
Jemná motorika odpovídá věku dítěte.			
Dítě zvládne udržet pozornost adekvátně ke svému věku.			

Jméno dítěte:	1 – souhlasí	2 – částečně souhlasí	3 – nesouhlasí
Vyjadřovací schopnosti odpovídají věku dítěte (je schopno hovořit v souvětích, v minulém/přítomném a budoucím čase)			
Dítě rozumí pokynům (přiměřeným pro jeho věk).			
Jemná motorika odpovídá věku dítěte.			
Dítě zvládne udržet pozornost adekvátně ke svému věku.			

Jméno dítěte:	1 – souhlasí	2 – částečně souhlasí	3 – nesouhlasí
Vyjadřovací schopnosti odpovídají věku dítěte (je schopno hovořit v souvětích, v minulém/přítomném a budoucím čase)			
Dítě rozumí pokynům (přiměřeným pro jeho věk).			
Jemná motorika odpovídá věku dítěte.			
Dítě zvládne udržet pozornost adekvátně ke svému věku.			