

Univerzita Karlova

Filozofická fakulta

ÚSTAV INFORMAČNÍCH STUDIÍ A KNIHOVNICTVÍ

Diplomová práce

Bc. Pavla Veselá

Rodičovské mediální strategie u dětí ve věku 6–9 let

Parental Media Strategies in Children at Age 6–9

Praha 2023

Vedoucí práce: Mgr. Michaela Slussareff, Ph.D

Prohlášení:

Prohlašuji, že jsem diplomovou práci vypracovala samostatně, že jsem řádně citovala všechny použité prameny a literaturu a že práce nebyla využita v rámci jiného vysokoškolského studia či k získání jiného nebo stejného titulu.

V Praze, dne 19. listopadu 2023

Pavla Veselá

Identifikační záznam

VESELÁ, Pavla. *Rodičovské mediální strategie u dětí ve věku 6–9 let*. Praha, 2023. Diplomová práce. Univerzita Karlova. Filozofická fakulta. Ústav informačních studií a knihovnictví. Vedoucí práce Mgr. Michaela Slussareff, Ph.D.

Abstrakt

Cílem práce je nalezení možných rozdílů v rodičovských mediálních strategiích a rozdílů u používání jednotlivých médií u dětí ve věkové kategorii 6–9 let. Rozdíly jsou zkoumány na základě specifických charakteristik rodičů. Práce zkoumá možný vliv úrovně mediálních kompetencí rodičů a jejich sociodemografické charakteristiky na aplikované rodičovské mediální strategie. Na mediální kompetence rodičů práce pohlíží z jejich vlastního subjektivního pohledu. Výzkum dospěl k závěru, že rodičovské mediální strategie jsou vysoce individuální a variabilní, rodiče rozlišují své strategie s ohledem na různé typy digitálních zařízení, a to naznačuje, že rodiče nejen pasivně přijímají technologie, ale aktivně se snaží o vytvoření vhodného mediálního prostředí pro své děti.

Klíčová slova

aktivní mediace, média, mediální rodičovství, obrazovky, restriktivní mediace, rodičovská mediace, rodičovské strategie

Abstract

The aim of this thesis is to identify possible differences in parental media strategies and differences in the use of various media among children aged 6–9 years. These differences are examined based on specific characteristics of the parents. The thesis investigates the potential influence of parents' level of media competencies and their sociodemographic characteristics on the applied parental media strategies. The thesis looks at the parents' media competencies from their own subjective perspective. The research concluded that parental media strategies are highly individual and variable, with parents differentiating their strategies according to different types of digital devices. This suggests that parents do not passively accept technologies, but actively strive to create a suitable media environment for their children.

Keywords

active mediation, media, media parenting, screens, restrictive mediation, parental mediation, parental strategies

Obsah

ÚVOD	7
1 VÝVOJ MEDIÁLNĚ VÝCHOVNÝCH STYLŮ V RODINĚ	9
1.1 VÝVOJ KONCEPTU RODIČOVSKÝCH MEDIÁLNÍCH STRATEGIÍ	9
1.2 VÝVOJ PŘÍSTUPU K OBRAZOVKÁM.....	12
2 RODIČOVSKÉ MEDIÁLNÍ STRATEGIE	15
2.1 VĚKOVÁ KATEGORIE 6–9 LET.....	16
2.1.1 Rodič a jeho mediální zvyklosti.....	17
2.1.2 Vliv sourozenců	19
2.1.3 Vliv vrstevníků.....	20
3 DETERMINANTY STRATEGIÍ – KONTEXT, OBSAH, DÍTĚ.....	22
3.1 DETERMINANT – KONTEXT, OBSAH	22
3.2 DETERMINANT – DÍTĚ	24
4 VÝZKUM.....	26
4.1 DESIGN VÝZKUMU	28
4.1.1 Etika výzkumu	30
4.2 KVANTITATIVNÍ VÝZKUM.....	31
4.2.1 Formulace hypotéz	31
4.2.2 Operacionalizace hypotéz.....	31
4.2.3 Pilotní výzkum	32
4.2.4 Výzkumný vzorek	33
4.3 KVALITATIVNÍ VÝZKUM	37
4.3.1 Pilotní výzkum	38
4.3.2 Výzkumné otázky	38
4.3.3 Výzkumný vzorek	39
5 VÝZKUMNÁ ZJIŠTĚNÍ.....	40
5.1 KVANTITATIVNÍ VÝZKUM.....	40
5.2 KVALITATIVNÍ VÝZKUM	44
5.2.1 Zjištění – výzkumné otázky.....	45
5.2.2 Zjištění – kategorizace účastníků	49
5.3 INTEGRACE DAT – VÝSLEDKOVÁ TRIANGULACE.....	51

6	LIMITY VÝZKUMU	56
7	DISKUSE	58
	ZÁVĚR.....	61
	SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY A ZDROJŮ.....	63
	SEZNAM TABULEK	72
	SEZNAM GRAFŮ	73
	SEZNAM PŘÍLOH.....	74
	PŘÍLOHY.....	75

Úvod

Diplomová práce se zabývá zkoumáním možného vlivu specifických charakteristik rodičů na aplikované rodičovské mediální strategie.

Digitální technologie vstupují radikálním způsobem do všech oblastí lidského života, formují jej a ovlivňují, a to jak z pozitivního, tak i negativního hlediska. Mění se společenské konvence a kladou stále větší nároky na sociální kompetence každého člena společnosti. Je tedy důležité, aby se tato skutečnost odrazila i ve výchově, a zejména pak ve výchově rodinné, která má podstatný vliv na formování osobnosti jedince (Kopecký, 2018).

Cílem práce je nalezení možných rozdílů v rodičovských mediálních strategiích a rozdílů u používání jednotlivých médií u dětí ve věkové kategorii 6–9 let. Práce zkoumá možný vliv úrovně mediálních kompetencí rodičů a vybraných sociodemografických charakteristik na aplikované rodičovské mediální strategie. Koncept mediální strategie rodičů je definován jako soubor postojů a činností, které rodiče aplikují k omezení nebo vzdělávání svých dětí ve vztahu k jejich mediálním aktivitám. Z toho vyplývá, že role rodiče je klíčová, neboť svými postoji a činnostmi ovlivňuje rodinnou mediální ekologii.¹ Tento fakt potvrzuje i Kopecký, který se domnívá, že rodič je nejdůležitějším článkem prevence rizikového chování a jeho úloha je nezastupitelná (Kopecký, 2018). Důležitost rodiče akcentuje i Ševčíková, která však zároveň poukazuje na fakt, že většina rodičů neměla v průběhu školní docházky mediální výchovu (Ševčíková, 2014), ta byla do učebních osnov postupně zahrnována od roku 2001.²

Východiskem pro teoretickou část je explicitně pohled rodiče, který svými postoji a činnostmi může ovlivňovat rodinné mediální prostředí.

¹ Teoretický koncept navrhl Marshall McLuhan v roce 1964, koncept mediální ekologie zdůrazňuje strategické uspořádání médií tak, aby se navzájem podporovala a vyhýbala se vzájemnému rušení, přičemž každé médium má specifické využití a přínos pro určité činnosti.

Termín mediální ekologie představil Neil Postman v roce 1968, termín mediální ekologie zkoumá vliv komunikačních médií na lidské vnímání a hodnoty, způsoby, jakými formují naše chování a interakce, a role, které nám média přisuzují v rámci sociálního a kognitivního kontextu.

² V roce 2001 vydalo Ministerstvo školství, mládeže a tělovýchovy dokument s názvem Národní program rozvoje vzdělávání v České republice, běžně označovaný jako Bílá kniha, ve kterém se poprvé objevuje téma mediální výchovy. Od roku 2006 je mediální výchova jako průřezové téma součástí českého kurikula pro základní školy a gymnázia.

V práci je popsán vývoj mediálně výchovných stylů v rodině, jsou vymezeny pojmy vztahující se k tématu a popsány determinanty rodičovských mediálních strategií, tzv. 3 C (context, content, child). Jádrem teoretické práce jsou rodičovské mediální strategie u dětí ve věku 6–9 let a další faktory, které ovlivňují mediální prostředí dítěte jako např. vliv sourozenců a vrstevníků.

Výzkumná část se zabývá způsoby, jakými používají děti ve věku 6–9 let digitální technologie a jaké strategie aplikují pro omezení nebo vzdělávání o technologiích jejich rodiče. Stanovení věkové kategorie 6–9 let pro tuto práci vychází z odborné literatury a výzkumných dat, která se problematikou přístupu a využívání digitálních technologií v této věkové skupině zabývají. A potvrzují, že české děti dostávají svůj první telefon tradičně v prvních ročnících základní škol. Děti se mohou připojit k internetu, stahovat aplikace, komunikovat a hrát hry bez neustálého rodičovského dohledu. Dítě tím získá svobodu, nezávislost, a především otevřenou bránu do zcela odlišného světa, a to světa internetu. Dítě se může na internetu učit, komunikovat, bavit se, objevovat, ale také se může setkat s nevhodným obsahem, jako je nevhodná reklama a násilný či pornografický obsah (Slussareff, 2022).

Otevření této pomyslné brány přináší do života rodičů další nároky na rodinnou výchovu. Propracovaná a přiměřená mediální strategie může pomoci vytvářet pozitivní mediální zážitky pro děti a minimalizovat potenciální negativní účinky. Přestože se výzkum mediálních strategií rodičů rozrostl, stále potřebujeme více informací o tom, jak rodiče mediální strategie v současné mediální krajině praktikují, a jak tyto praktiky ovlivňují zážitky a výsledky dětí v oblasti médií (Piotrowski, 2017).

Diplomová práce obsahuje 111 930 znaků bez mezer (což odpovídá 75 normostranám).

1 Vývoj mediálně výchovných stylů v rodině

V posledních dvou desítkách let vzniklo velké množství různých řazení, popisů jednotlivých modelů a kategorizací rodičovských mediálních strategií. Tyto mediálně výchovné strategie mají základ v pedagogice a vycházejí ze čtyř výchovných stylů, a to autoritativního, liberálního a demokratického. V českém prostředí takto výchovné styly definují např. Čapek a Čapková (2010). Autokratický (též autoritativní) výchovný styl se vyznačuje kontrolou a prosazováním požadavků bez projevů vřelosti a obousměrné komunikace, oceňuje poslušnost a úctu k autoritě. Liberální výchovný styl dává dětem plnou volnost a neomezuje jejich aktivity, projevuje se citlivostí a zaměřením na dítě, ale bez kladení jakýchkoliv požadavků a stanovení mezí chování. Demokratický výchovný styl se vyhýbá krajnostem a klade důraz na respektování dítěte jako samostatné bytosti s právem na vlastní rozhodnutí, zároveň zdůrazňuje dětskou odpovědnost vůči druhým, přičemž rodiče vystupují spíše jako spolupracující partneři.³

1.1 Vývoj konceptu rodičovských mediálních strategií

Tematická odborná literatura z počátku 21. století používá termín mediální styl. Můžeme se také setkat s termínem rodičovská mediace a později s termínem mediálně výchovné styly a mediální strategie. Tyto termíny autorka práce nepovažuje za synonyma, jsou však v následujícím textu používány v těsné podobnosti, v závislosti na tom, jak jsou používány jednotlivými autory.

Mediálně výchovné styly vycházejí z modelů původně popsanych na sledování televize. Tyto modely byly upraveny a přizpůsobeny plošně na všechny obrazovky (např. Lee a Chae, 2007). Již v roce 1974 s příchodem televize do domácností jako domestikovaného média lze hovořit o rodičovské mediaci. Začínají se objevovat určitá omezení a pravidla ze strany rodičů k dětem na obsah i čas strávený před obrazovkou televize (Vincent Rue, 1974). Tyto kroky ze strany rodičů lze považovat za rodičovskou mediaci. Prudký nástup a rozvoj technologií podnítl rozšíření a přizpůsobení původních modelů rodičovské mediace i na další obrazovky, jako např. telefon, tablet a počítač.

³ Jedná se o tradiční pojmenování a dělení výchovných stylů dle psychologa Kurta Lewina.

V roce 2001 dominují v literatuře tři popsané mediální styly (Nathanson, 2001), a to **faktický, hodnotící a omezující**. Faktická mediace je definována v rámci mediální gramotnosti jako přístup založený na faktech. Rodiče pomáhají dětem pochopit, jakým způsobem je tvořen mediální obsah a jak je prezentován. Hodnotící mediace je na úrovni diskuse, kdy rodiče a děti hovoří o zprostředkovaném obsahu, rodiče vysvětlují význam, hodnotí a učí děti rozdíl mezi fantazií a realitou. Omezující mediace je definována jako implementace a prosazování rodičovských pravidel při používání médií dětmi.

Již v roce 2006 v knize *Digital Generations Children, Young People, and the New Media* od Buckingham a Willett dělí mediálně výchovné strategie **na pozitivní a negativní**. Pozitivní strategie je popsána jako podporující, usnadňující a také vyžadující určité činnosti. Negativní přístup je definován jako odrazování, ztěžování či zakazování určitých činností (Buckingham a Willett, 2006). Toto dělení se ujalo a je v oblasti mediálních strategií doposud používáno.

Jiné mediálně výchovné styly vycházejí z modelů původně popsaných na sledování televize. Tyto modely byly upraveny a přizpůsobeny plošně pro všechny obrazovky (např. Lee a Chae, 2007).

Mezi další mediálně výchovné styly zmiňované v odborné literatuře uvedli Lwin, Stanaland a Miyazaki v roce 2008 styl **regulační, instruktivní, selektivní a laissez faire**.

Styl regulační (označovaný též jako restriktivní nebo tzv. „rule-making“) je popsán obdobně jako styl omezující od Nathanson, a to jako implementace a prosazování rodičovských pravidel. Instruktivní styl (označovaný také jako aktivní mediace) je založen na diskusi s dětmi, a to zejména během a po využití média. Selektivní mediace je potom definována jako vyšší úroveň jak aktivní, tak restriktivní mediace a laissez faire jako nižší úroveň obou.

Valcky popsal další čtyři styly v roce 2011 tzv. „Internet parenting styles“, a to **permisivní**, kdy se rodiče zdržují konfrontací s dítětem a řídí se jeho vůlí. Styl **laissez-faire** vyznačující se nízkou úrovní kontroly a zapojením samotných rodičů do mediálně výchovného procesu. **Autoritativní** styl se vyznačuje stanovenými jasnými pravidly a očekáváním jejich dodržování dětmi, u **autoritářského** stylu je žádána bezpodmínečná poslušnost a dodržování pravidel bez jejich vysvětlení.

V roce 2013 začínají výzkumníci používat tři hlavní mediálně výchovné strategie a kategorizace se ustaluje. Většina autorů stejně jako Helsper 2013 používá názvy **aktivní, restriktivní a společné užívání**.

Přestože výzkumníci začínají používat uvedené tři hlavní strategie (aktivní, restriktivní a společné užívání), i nadále jsou odborníky rozpracovány specifické kategorie.

Za zmínku stojí Niken a Jansz, kteří o rok později, v roce 2014, přidali k těmto třem výše uvedeným stylům (aktivní, restriktivní a společné užívání) ještě **supervizi**, styl, kdy je rodič **průvodcem technickou bezpečností**. Restriktivní dále rozdělili na obecné omezení přístupu a obsahu. Supervize je styl představující monitoring neboli dohled nad činnostmi dětí. Poslední styl, tzv. průvodce, přistupuje k online bezpečnosti ze dvou pohledů – obecné bezpečnostní aplikace jako firewall, antivirový program apod., a aplikace speciálně určené pro zajištění bezpečnosti dítěte, jako jsou filtry pro nevhodné nebo vhodné webové stránky nebo časový omezovač.

Livingstone přichází ještě s jedním dělením. První skupinou je **Enabling**, kdy se tento termín dá přeložit jako podporující mediace a druhou skupinou je **Restriktivní** kategorie. Obě tyto strategie Livingstone popisuje například jako Helpster (uvedeno výše). Enabling strategie je otevřena příležitostem, které technologie přináší a posiluje vzájemné interakce mezi rodičem a dítětem. U restriktivní strategie se objevuje omezování používání technologií, může ohrožovat tzv. Childrens agency, tedy schopnost dětí jednat samostatně, činit vlastní rozhodnutí a mít kontrolu nad svými činy. Livingstone také zdůrazňuje, že tento typ může vést k tomu, že dítě v případě problémů v oblasti svého mediálního života neinformuje rodiče (Livingstone, Ólsafsson et al., 2017).

V roce 2021 byly k tradičnímu pojetí aktivní a restriktivní mediace přidány dvě podskupiny, a to **riskantně aktivní** a **riskantně restriktivní**. Tyto podskupiny vznikly na základě předchozích dat o pravděpodobně účinné a pravděpodobně neúčinné, nebo dokonce škodlivé rodičovské mediaci. V pojetí riskantně aktivním rodiče dobrovolně rezignují na aktivní mediální výchovný přístup a nechávají dítě s médii zacházet samovolně. V podkategorii riskantně restriktivní rodiče přistupují k médiím až přehnaně restriktivně a snaží se mít úplnou kontrolu nad používáním médií jejich dětmi. Tato aktivita může být v podobě ignorování soukromí dítěte a jeho manipulací všemi možnými prostředky a nástroji k dosažení stoprocentního dohledu (Lukavská a kol., 2021).

1.2 Vývoj přístupu k obrazovkám

Než došlo k domestikaci velkého množství zařízení s obrazovkou v domácnostech a tím k širšímu zájmu o výzkum v této oblasti, zaměřoval se výzkum na jedinou obrazovku v domácnostech, a tou byla televize.

Televize se do domácností postupně integrovala od roku 1953, kdy začalo první pravidelné veřejné vysílání. V roce 1958 vysílala pravidelně 7 dní v týdnu. Reklamní vysílání se na obrazovky dostalo v roce 1966. Důležitým mezníkem ve vývoji televizního obsahu bylo zahájení vysílání komerčních stanic, a to v roce 1993 stanice Premiéra TV a v roce 1994 TV Nova (Česká televize, Technický vývoj televize v datech a souvislostech).

Největší zájem o oblast médií ve vztahu k dětem lze zařadit do doby nástupu televize do domácností jako domestikovaného média. Tento zájem o děti a média shrnuje např. Vincent Rue (1974). V případě omezování užívání televize a rodičovské kontroly dětí jde především o elementární představu, že děti jsou nedospělými lidskými tvory a speciální zájmovou skupinou se specifickými a unikátními schopnostmi, potřebami a zájmy v oblasti zábavy, stimulace, disciplíny, vzdělávání, odpočinku, morálního vývoje, představitosti a dalších (Rue 1974). Rue identifikuje na základě dostupných výzkumů, změny, které televize přinesla dětem v organizaci jejich volného času. Přímou uvádí, že televize reorganizovala volnočasové aktivity a začala v jejich volném čase převažovat. Uvádí, že se televize začala stávat důvodem pro rozpory v rodině. Jako důvody pro vznik těchto konfliktů uvádí zejména velké množství času stráveného dětmi sledováním televize a obavy rodičů ze vzniku závislosti na jejím sledování. Schramm ve své knize (Schramm, Lyle & Parker, 1961) zdůrazňuje, že rodiče by měli jít ve sledování televize příkladem. Rovněž se snažit dětem vysvětlit v průběhu sledování reálné souvislosti a takto je procesem sledování vést. Obdobně se tomuto tématu věnuje rozsáhlá britská studie (Himmelweit, Oppenheim a Vince, 1959), která svými výsledky stojí po boku Schrammovy myšlenky.

Průkopníky v oblasti kontextu televize a jejího působení na dětské diváky jsou Bybee, Robinson a Turow. Tato skupina vědců jako první klasifikovala v roce 1982 mediální výchovné styly dětského diváctví. Na základě 17stupňové škály je rozdělili do třech kategorií. První byla rodičovská strategie restriktivní, druhá hodnotící a třetí necílené vedení. Jak již vypovídá název strategie **Restriktivní vedení (restrictive guidance)** obsahuje tento typ hlavně restriktivní činnosti směrem k používání televize. A to například omezování času,

kteřý děti před obrazovkou televize tráví, a zákazem určitých pořadů. **Hodnoticí strategie (evaluative guidance)** je o diskusi o obsahu, komentování chování a charakteru postav, poukazování na špatné charakterové vlastnosti postav, vysvětlování působení reklamy a vysvětlování rozdílu mezi televizním dějem a realitou. Posledním typem je **necílené vedení (unfocused guidance)**. Tato strategie je charakteristická tím, že rodič si chce užít společně sledovaný pořad s dítětem, bez ohledu na obsah a vhodnost pro dítě. Necílené vedení je uvolněné a zahrnuje nezáměrné metody vedení.

Na televizních rodičovských strategiích uvedených výše staví pozdější výzkumy hraní videoher. Výzkumníci si všímají, že analýzy hlavních faktorů ukazují na stejné typy strategií (restriktivní mediace, hodnoticí mediace a vědomé společné hraní).

Ač má diplomová práce za cíl věnovat se dětem starším, a to ve věku od 6 do 9 let, je pro kontext a uchopení problematiky vývoje mediálně výchovných stylů v rodině vhodné zmínit zásadní dokumenty, které se týkají dětí mladších než 6 let ve vztahu k televizi.

Důležitým rokem pro výzkum působení televize je rok 1999. V tomto roce vydala Americká pediatrická akademie (AAP) doporučení, aby děti mladší než 24 měsíců nebyly vystavovány obrazovkám. AAP doporučila, aby samotní pediatři naléhali na rodiče, aby se u dětí v této věkové kategorii snažili vyvarovat sledování televize. Toto prohlášení znovu potvrzují ve stejném roce a dokládají své doporučení výsledky výzkumu na jeho podporu.

Na doporučení AAP reaguje Pempek (2005) a mimo jiné odlišuje přijímání obsahu na popředí a na pozadí. V článku *Television and Very Young Children* jsou publikované znalosti ze studií, které se zabývaly velmi malými dětmi. Práce konstatuje, že výzkumníci si nejsou vědomi jakékoliv studie, která by potvrdovala, že dívání se na násilný nebo děsivý obsah malými dětmi má vliv na jejich chování. Potvrzují, že existují určité důkazy o tom, že se i velmi malé děti mohou z TV učit emocionální reakce. V článku se objevuje klíčový pojem *video deficit*, který vyjadřuje, že zobrazením videa na obrazovce nedochází k učení oproti srovnání s živým zobrazením. V roce 2014 potom přichází AAP s novým pohledem na předešlé doporučení úplného zákazu sledování obrazovek dětmi mladšími než 24 měsíců. Nový pohled na toto doporučení je, že děti do 2 let mohou konzumovat obsah z obrazovek, pokud je obsah interaktivní. Změnu v doporučení vydalo na základě nových výzkumů a poznatků v této oblasti.

Pohled na problematiku kojenců a dětí mladších dvou let přináší jeden z posledních výzkumů. Konstatuje, že vysoké procento kojenců začíná sledovat televizi během prvních dvou let života. Vzorce sledování v prvních šesti měsících života dítěte naznačují a předpovídají následující postupy při sledování televize. Rozdíly se liší podle etnického původu a rasy, ale sledování televize batolaty existuje napříč všemi skupinami. Výsledkem je doporučení, že by se měla dříve zdůrazňovat nutnost regulování času u obrazovek (Hish, Wood a kol., 2020).

Již od doby domestikace televize v domácnostech se rodiče začali obávat o to, jakým způsobem na děti televize působí. Začaly vznikat první úvahy nad tím, zda se mohou děti stát na sledování televize závislími. Po uvedení televizního obsahu zaměřeného na dětské publikum začaly úvahy nad kvalitou těchto pořadů, nad délkou sledování televize a nad tím, zda se děti z obrazovky televize učí, nebo ne. Zda nabízený obsah působí pozitivně na dětský vývoj.

Tyto úvahy spojené s první obrazovkou a dětmi v domácnostech se staly základními stavebními kameny studia působení dalších digitálních médií, které postupně zdomácňují v našich obydlích.

2 Rodičovské mediální strategie

Pro účely práce a stručný úvod do forem mediace je zvolen způsob dělení dle autorů Gentile, Coyne a Walsh, kteří dělí mediální strategie na dvě základní formy, a to **restriktivní mediace a aktivní mediace**. Dělení mediálních strategií rodičů na aktivní a restriktivní formy bylo poprvé představeno výzkumným týmem z Illinois University v roce 1991. Autoři studie (Gentile, Coyne a Walsh) analyzovali, jak rodiče ovlivňují mediální chování svých dětí a rozdělili rodiče na ty, kteří preferují aktivní výchovné přístupy, a ty, kteří preferují restriktivní přístupy.

Aktivní mediální strategie využívá mediální obsah ke společným diskusím, ke komentování chování lidí nebo témat v nich obsažených. Cílem je podpořit u dětí rozvoj kritického myšlení nad konzumovaným obsahem (Austin, 1993, Collier et al., 2016).

Austin uvádí, že původně aktivní mediace odrážela pouze to, v jaké míře je obsah diskutován mezi rodičem a dítětem. Později bylo ale vnímání aktivní mediace rozšířeno, tak aby odráželo obecnou úroveň komunikace a obsahovalo i sdílení zkušeností z používání médií rodičů a dětí (Koning, I. M, 2018). Aktivní mediaci lze popsat třemi funkcemi:

- objasnění, jak média reprezentují reálný svět;
- schválení či odmítnutí prezentovaného obsahu;
- zpochybnění mediálního obsahu (Austin, 1993).

Restriktivní mediace patří mezi omezující strategie, a to prostřednictvím pravidel, která limitují čas používání digitálních médií nebo regulují dítětem konzumovaný obsah. Pravidly, která definují tento přístup, jsou:

- omezení délky používání a stanovení denní doby, např. čas možného používání obrazovek za den nebo stanovení maximálního času za týden, určení denní doby, kdy je používání obrazovek striktně zakázáno;
- použití SW nástrojů k regulaci času a obsahu, použití vybavení k regulaci času;
- zákaz komunikace nebo některých činností, např. zákaz specifických aplikací (chaty, sociální sítě);
- zákaz specifického obsahu, jako jsou například násilné počítačové hry.

Tato pravidla mohou být dle Livingstone dětem odůvodněna či stanovena bez odůvodnění (Livingstone a Helper, 2008). Děti ve věkové kategorii 6–9 let většinou nemohou do stanovování těchto omezení zasahovat oproti starším či dospívajícím dětem. Tato omezení a pravidla mohou být stanovena jako trvalá a dodržovaná v každém běžném dni rodinného života. Jedná se například o pravidla pro časové limity nebo stálá pravidla ohledně nevhodného obsahu. Druhou možností jsou pravidla vztahující se ke konkrétní či specifické situaci. Takovými situacemi může být médium jako odměna, zákaz média či jeho odebrání (Kammerl et al., 2012). Za zvláštní situace, kdy z pozice rodiče bývají např. časová pravidla v podobě časových limitů upravena, se uvádí při nemoci dítěte či dlouhém cestování (Slussareff, 2022).

2.1 Věková kategorie 6–9 let

V České republice je věková kategorie 6–9 let většinou spojena s prvními ročníky základních škol. S 1. a 2. ročníkem základní školy je potom spojován pojem **počáteční čtenářská gramotnost**, ta zahrnuje dovednost čtení, psaní, vyjadřování a aktivní poslech (Švrčková, 2011). S těmito nově získanými dovednostmi dítě získá možnost konzumovat online obsah samostatně, bez dosavadní závislosti na rodičích. Věková skupina 6–9 let se tedy vyznačuje nově získanou svobodou spojenou se čtenářskou gramotností a tím „otevřením brány“ do světa internetu a využívání svých nabitých gramotností k práci s digitálními technologiemi. Digitální technologie proměňují lidské domovy. Vstupují více či méně do každé rodiny. Ovlivňují mnoho oblastí lidského života, a to jak z pozitivního, tak i negativního hlediska. Jak uvádí René Szotkowski ve výzkumné zprávě: „*Je tedy důležité, aby se tato skutečnost odrazila ve výchově, a zejména pak ve výchově rodinné, která má podstatný vliv na formování osobnosti jedince.*“ A jak doplňuje druhý autor výzkumu Kamil Kopecký: „Rodič je nejdůležitějším článkem prevence rizikového chování a jeho úloha je nezastupitelná.“ (Kopecký, 2018)

Na důležitost rodiče v mediálním životě dětí dále upozorňují Slussareff a Lukavská v roce 2021. Ve věkové kategorii 6–9 let by měli rodiče popisovat dětem své zásady, odůvodňovat je a vést o nich s dětmi samotnými diskusi. Je doporučeno dětem v této věkové kategorii problémy a rizika vysvětlovat a snažit se o otevřenou diskusi. V tomto období mohou příkazy a zákazy rodičů vést k tomu, že děti své online aktivity začnou skrývat nebo je přestanou se svými rodiči sdílet (Slussareff, Lukavská, 2021).

Zásadní kompetencí, kterou by rodiče měli dětem svým působením předávat, je zdravé užívání digitálních technologií skrze vhodné strategie. Už od útlého věku je vhodné vysvětlovat, jak vyhledávat hodnotný obsah a je se vyhýbat špatnému. V literatuře se objevuje termín „bezpečné prostředí“. To je prostředí, kde je zcela v pořádku sdílet se členy rodiny své chyby a hledat pochopení a rady. V rámci online prostředí se jedná o nevhodný obsah, na který děti narazily. Na druhou stranu je v rámci bezpečného prostředí důležitá i komunikace na pozitivní témata, na která při svém samostatném prohlížení internetu děti narazí. Jedná se například o rozhovory na téma, co jednotlivé členy na internetu zaujalo, a sdílení těchto informací s rodiči či sourozenci (Slussareff, 2022).

Na základě zjištění výskytu rizikových komunikačních forem na internetu se předpokládá, že rodiče jsou důležitým a aktivním článkem v primární prevenci. Nejčastější formou realizace rodičovské primární prevence jsou rozhovory. Prvním typem je rozhovor rodiče s dítětem a druhým typem naopak rozhovor, kdy je aktivní dítě a sdílí s rodiči to, co prožívá na internetu. V prvním typu bylo zjištěno, že až 76 % rodičů provozuje určitou formu preventivních rozhovorů na témata spojená s online prostředím. U druhého typu, kdy seznamuje dítě své rodiče, pak bylo vyhodnoceno, že 51 % dětí mluví o svých online aktivitách se svými rodiči (Kopecký, 2018).

Rodičovské mediální strategie jsou ovlivňovány nejen samotnými rodiči, ale i sourozenci a vrstevníky dětí. Mediální strategie rodičů se musí adaptovat na různé věkové skupiny dětí v rodině a zároveň braly v úvahu vliv vrstevníků, který je klíčový v daném věkovém období. Následující části se budou věnovat rodičům, sourozencům a vrstevníkům a jejich roli v mediálních strategiích rodiny.

2.1.1 Rodič a jeho mediální zvyklosti

Napříč studii je potvrzeno, že to, jakým způsobem používají média rodiče, významně působí na používání médií samotnými dětmi. Toto tvrzení dokládá i Hye Eun Lee a kol. na výzkumu provedeném v Nizozemsku v roce 2022. Výzkum uvádí: „*Analýzy odhalují, že rodiče se značně liší v konzumaci médií (od přibližně 1 do více než 6 ½ hodiny médií denně). Vzhledem k tomu, že dětská média používají paralely s jejich rodiči, zdá se, že rodiče jsou důležitým příkladem v domácnosti.*“ (Hye Eun Lee, 2022)

Centrum pro média a lidský rozvoj z Northwestern University uvádí „*Rodiče jsou ti, kteří doma vytvářejí mediální prostředí. Toto prostředí zahrnuje čas strávený rodiči s médii, jak*

často nechávají zapnutý televizor, pokud se na něj nikdo nedívá, zda má dítě televizor v ložnici a zda rodiče používají média jako rodičovský nástroj s cílem své dítě zaměstnat nebo uklidnit.“ Centrum odhalilo tzv. „**generační posun**“, a to v postojích rodičů k životě jejich dětí s technologiemi. *„Dnešní rodiče vyrostli s technologií jako ústřední součástí jejich životů, takže o ní přemýšlejí jinak než předchozí generace rodičů.“* (Wartella, 2013) *Dnes děti ve věku kolem 6–7 let začínají být samy vlastníky mobilních telefonů, tabletů a některých dalších digitálních zařízení.*“ (Kopecký, 2018) Centrum v rámci výzkumu zaměřeného na děti 0–8 let identifikovalo, že jsou typy rodin, které jsou na obrazovky orientované, a rodiny, které na média zaměřené nejsou. Toto rodinné nastavení, všechna rozhodnutí a postoje vytvářejí tzv. **rodinnou mediální ekologii**. Nastavení rodinného mediálního postoje pak hraje důležitou roli v přístupu dítěte k médiím (Ellen Wartella a kol., 2014). Studie Ellen Wartella definovala tři modely mediálních prostředí v rodině, a to **mediacentrický (media-centric)**, **umírněný ke vztahu k médiím (media-moderate)** a **s malou přítomností médií (media-light)**. V rodinách, kde dominuje mediacentrický styl, je prostředí orientované na obrazovky. Velice často je pouštěna televize na pozadí, aniž by ji někdo sledoval, a televizory mají v pokojích i děti. V tomto modelu děti používají obrazovky až pět hodin denně. U skupiny definované jako mající umírněný vztah k médiím, jsou důležitou součástí rodinného života aktivity a činnosti, které nejsou spojeny s médii. Děti v těchto rodinách tráví s médii méně než tři hodiny denně. V kategorii s malou přítomností médií se odráží velice malé používání médií rodiči na děti, a to v podobě méně než jedné hodiny u rodičů a zhruba hodiny a půl u jejich dětí (Wartella a kol., 2014). Studie Ellen Wartella konstatuje, že ve věku 0–8 let jsou právě rodiče těmi, kteří řídí používání médií jejich dětmi.

Rodiče hrají klíčovou roli v primární prevenci v oblasti médií a v předškolním a mladším školním věku zásadně ovlivňují názory, postoje svých dětí, ale i čas a obsah strávený v online prostředí. Z výzkumu *Rodič a rodičovství v digitální éře* vzešel poznatek, že pouze polovina rodičů je schopna zabezpečit alespoň základní filtrování obsahu vyhledávání ve vyhledávači Google a na sociální síti YouTube. Možnosti technického řešení v podobě systému rodičovských kontrol nepoužívá téměř 80 % rodičů (Kopecký, 2018).

Rodina je místem, kde dochází k prvnímu setkání s digitálními technologiemi, a to už ve velmi útlém věku. Uvádí se, že první kontakt už zažívají děti od jednoho roku se zařízeními svých rodičů. Ve věku kolem 6–7 let potom začínají být vlastníky digitálních zařízení přímo

samotné děti. Digitální technologie prostoupily všechny oblasti lidského života a usídlily se v našich domácnostech. Dokáží ovlivňovat jedince jak pozitivně, tak negativně. Je zásadní, aby se tento jev promítl v rodinné výchově, protože rodina má podstatný vliv na formování osobnosti jedince (Kopecký, 2018).

2.1.2 Vliv sourozenců

Studie se shodují, že děti se sourozenci mají další vliv na sociální modelování. Sociální působení tedy nepřichází jen ze strany rodičů, ale i dalších sourozenců vůči dítěti. V rodinách s více dětmi se projevil tzv. **ověřovací vliv**. „*Starší děti, které modelují mediální chování, ověřují toto chování pro své mladší sourozence, kteří mohou být nejvíce náchylní k mediálním vlivům. V rodinách s jediným dítětem, ověřující vliv staršího sourozence není přítomen.*“ (Davies a Gentile, 2012)

Již v roce 2009 studie EU Kids Online ukázala výsledek, že větší množství sourozenců v rodině může znamenat, že děti tráví méně času na internetu.

Studie se také shodují, že více dětí v rodině přináší do mediálního prostředí více komplikací. Další studie, která tuto oblast zkoumala již v roce 2012 (John Davis et al.), zpozorovala, že pozitivnější mediální návyky se objevovaly v rodinách v tzv. dřívějších fázích, tedy u předškoláků a mladších školních dětí. Dále byly zpozorovány v rodinách s více dětmi než pouze jedním a v rodinách, kde byly větší věkové rozestupy mezi sourozenci. Naopak za více zranitelné v oblasti médií označila rodiny s více dětmi v kombinaci s velkými věkovými rozestupy, ale napříč jednotlivými věkovými fázemi.

Komplexněji na tuto problematiku nahlízejí vědci v roce 2018 (Gee a kol. 2018). Potvrzují, že existence sourozenců může ovlivnit domácí mediální prostředí. Tyto vlivy posuzuje jednak jako pozitivní, tak i negativní. Pozitivním vlivem může být učení starších dětí jejich mladší sourozence při používání médií a digitálních technologií. Sourozenci mohou ale i omezit přístup k médiím mladším sourozencům v roli tzv. **strážců brány**. Tento výraz popisuje chování starších sourozenců, kdy kontrolují a často omezují přístup k médiím a tím i omezují možnosti spojené se vzděláváním svých mladších sourozenců.

V oblasti hraní videoher sourozenci bylo zjištěno, že jak chlapci, tak dívky k sobě mají vyšší náklonnost, když spolu videohry hrají. U chlapců však bylo zjištěna vyšší míra konfliktů. Při hraní násilné videohry bratra s bratrem byla naopak potvrzena nižší úroveň konfliktů.

V případě prosociálních her⁴ nebyly prokázány žádné souvislosti s pozitivy či negativy na vztah sourozenců (Coyne, 2016).

2.1.3 Vliv vrstevníků

Thorová uvádí, že pro děti mladšího školního věku je rodina centrem života. Stále jsou to rodiče, kteří jsou pro dítě autoritou a určují hranice a pravidla. V tomto období ale děti začínají docházet i do kolektivů svých vrstevníků, do sportovních či zájmových kroužků a v těchto místech dochází k vytváření a prohlubování vztahů s vrstevníky (Thorová, 2006). Zásadní vliv vrstevníků a převážení jejich vlivu nad rodiči se uvádí od 10 let věku dítěte (Havlík & Kořa, 2011).

I když se silnější vliv vrstevníků oproti rodičům v oblasti digitálních technologií obvykle přisuzuje dětem starším deseti let, už v období přechodu z mateřské školy na základní školu má používání médií významný vliv na děti. Yanfang Zou se zaměřil v roce 2019 na televizi, mobilní telefon a počítač a zjistil, že používání těchto médií má významný dopad na sociální porozumění a společenskou účast. V konečném důsledku zkušenosti či neznalost používání těchto médií ovlivňuje přijetí vrstevníky (Yanfang Zhou, 2019).

V roce 2010 se tématu vrstevníků věnuje Chen Gang, který popisuje získání mobilního telefonu s internetem jako stav, kdy je dítě navždy online se svými vrstevníky. Všechny zásadní technologické změny stanovují nové rámce pro dětské vztahy a jejich vrstevníky (Chen Gang, 2010).

Puri označuje digitální technologie jako vrstevníka, který je s dítětem 24 hodin 7 dní v týdnu. Média ovlivňují duševní, emocionální a sociální pohodu dětí a lze tvrdit, že technologie působí jako dynamický a rušivý element, ať se jedná o jakýkoliv typ média (Puri, 2018).

Mediální chování dětí v mladším školním věku je formováno rodinným prostředím a interakcemi s vrstevníky. Rozvoj zdravého vztahu k digitálním technologiím, včetně podpory mediální resilience⁵, je klíčový pro schopnost dětí konstruktivně se vypořádat s riziky online světa. Tyto nezbytné dovednosti děti získávají pod vedením rodičů a ve

⁴ Prosociální videohry – hry, které nás nutí k tomu, abychom ostatním postavám pomáhali, nebo abychom spolupracovali s ostatními hráči. Motivací k takovému chování či činům je vcítění se do druhé osoby (empatie) či vnímání potřeb druhé osoby, ale také jí mohou být i negativní emoce nebo pocity spojené s vinou (Zášková, 2009).

⁵ Termín mediální resilience u dětí se většinou vztahuje k odolnosti nebo schopnosti dětí efektivně čelit a zpracovávat obsah, kterým jsou vystaveni v různých médiích.

vzájemném působení se sourozenci a vrstevníky. Jako společnost stojíme před výzvou začlenit tyto vlivy do soudržné a bezpečné rodinné mediální ekologie, která posiluje sociální a emocionální pohodu dětí v digitálním světě.

3 Determinanty strategií – Kontext, Obsah, Dítě

Determinanty rodičovských mediálních strategií zahrnují tři hlavní pilíře: Kontext (Context), Obsah (Content) a samotné dítě (Childhim/her). V angličtině je pro tento koncept využívána zkratka 3C. Tyto tři klíčové faktory se objevují u Guernsey už v roce 2007, který tímto způsobem postihl faktory, které ovlivňují učení dětí z médií (Guernsey, 2017). Dotazník pro rodiče na základě Průvodce pro rodiče použitím digitálních technologií pro malé děti postavených na pilířích 3C od Lisy Guernsey je k dispozici online.⁶

3.1 Determinant – Kontext, Obsah

Kontext, ve kterém děti média využívají, včetně rodinného prostředí a socioekonomický faktor, má zásadní vliv na to, jaký obsah je jim přístupný a jak je konzumován.

Obsah, který rodiče vybírají, nebo dětem dovolují, ovlivňuje to, zda mají média pro děti vzdělávací hodnotu a ovlivňuje celkový dopad médií na děti.

Samotné dítě s ohledem na jeho věk, pohlaví, zájmy a osobní potřeby, to vše formuje to, jakým způsobem dítě média vnímá a jaký na něj mají dlouhodobý vliv.

Tento komplexní rámec (context, content, childhim/her) musí rodiče zvážit při vytváření a uplatňování mediálních strategií pro své děti.

Při hledání rovnováhy v digitálním světě svých dětí musí rodiče zvážit tento komplexní rámec.

Obsahu jako faktoru se věnuje Anderson v roce 1981. Anderson upozornil na zjištění, že dítě je schopno zapojovat se do médií pouze v případě, pokud rozumí, co se děje. Učení dítěte z obrazovky je podmíněno schopností vnímat srozumitelně obsah (Anderson et al. 1981).

U věkové kategorie 6–9 let lze usuzovat, že tito diváci již obsahu rozumí a tento věk přináší průběžnou změnu v preferenci obsahu. Konzumovaný obsah se ve věkové kategorii 6–9 let liší. Dle zjištění Chaudron et al. (2015), Nikken a Jansz, (2014) se děti ve věku kolem sedmi let zapojují do výrazné méně online aktivit než děti starší. Změna nastává již ve věku osmi let, kdy se postupně rozšiřuje obsah těchto online aktivit na online hry a sociální sítě (Ofcom,

⁶ Ed Tech and Digital Media, <https://www.readingrockets.org/topics/educational-technology/articles/three-cs-guidelines-using-digital-technology-young-children>

2016). Tyto změny v preferenci obsahu přináší samozřejmě změny do života dětí, ale zejména i rodičů, kteří musí na tento vývoj dynamicky reagovat.

Na důležitost kontextu a obsahu upozorňuje Barr v roce 2017 knihou *Media Exposure During Infancy and Early Childhood: The Effects of Context and Context on Learning and Development*. Barr vyzdvihuje důležitost mediálního kontextu ve výzkumu dětských médií a upozorňuje na to, že kontext není důsledně zkoumán. Výsledky této studie, kde zkoumanou věkovou kategorií byly děti ve věku 3–8 let, podpořily argument, že na kontextu záleží. Studie odhalila, že děti, jejichž rodiče je povzbuzují ke sledování vzdělávacího mediálního obsahu, se později častěji věnují právě tomuto typu obsahu a méně často obsahu s násilným charakterem (Barr, 2017). Otázce kontextu se věnoval ve stejném roce i český výzkum od Šmahelové.

Výsledky výzkumu od Šmahelové ukázaly, že rodičovské mediální strategie jsou dynamickým procesem, který na základě kontextu spoluutvářejí rodiče společně se svými dětmi (Šmahelová, 2017). Zaman o rok dříve poukazuje na externí a interní kontextové faktory. Jedním z nich jsou situační faktory, ty souvisejí s počasím, složením rodiny a rozvrhem, rozložením mediálních zařízení i architekturou bydlení. Interní kontextové faktory potom popisuje jako rodičovské postoje k digitálním médiím, zdraví a samotnému rodičovství. Rodičovské mediální strategie reagují na kontextové požadavky, které se mohou v čase vyvíjet. Například reagují na popularitu zařízení. Další reakcí na kontext bývají například méně přísná pravidla v autě (Zaman et. al., 2016).

Zaman konstatuje, že situační faktory v mediačním procesu jsou silné. Tvrdí, že rodičovské mediální strategie jsou společně konstruovány rodiči a dětmi a mění se podle konkrétní rodinné situace. Prohlašuje, že rodičovská mediální strategie je nestabilním rodičovským chováním, a vždy se mění v kontextu času, místa a chování dětí (Zaman et. al., 2016). Zaman doporučuje, aby se budoucí výzkum více zaměřil na situační kontext, protože většina výzkumů v oblasti rodičovských mediálních strategií zohledňuje sociodemografické aspekty rodičů, ale přehlíží konkrétní situace a kontext (Zaman et. al, 2016).

Uvědomění všech determinantů by mělo být uplatněno ve vzdělávacích programech pro děti i rodiče. Cook například zmiňuje, že by měli rodiče začít přemýšlet o době, kdy nejsou jejich děti přímo pod jejich kontrolou a jsou třeba u prarodičů či na táborech, a proto rodiče nemají tolik kontroly na používání technologií. Rodičovské strategie by měly být sladěny se všemi

ze širší rodiny, aby byly tyto strategie respektovány všemi, nebo aby alespoň všechny strany tyto používané strategie znali (Cook, 2016).

Rodičovské mediální strategie by měly reflektovat dynamickou povahu výchovy v digitální éře, kde se kontext, obsah a individuální potřeby dítěte neustále vyvíjejí a proměňují. Výše uvedené výzkumy poukazují na to, že je nezbytné přizpůsobovat mediální strategii aktuálním situacím a proměnlivým mediálním trendům. Rodiče by měli být připraveni na to, že mediální vlivy působí na děti i mimo domov, a proto je důležité, aby jejich strategie byly srozumitelné a konzistentní i pro ostatní členy rodiny, jako jsou prarodiče nebo opatrovníci. To vyžaduje nejen sdílení informací a pravidel, ale také spolupráci a vzájemnou podporu všech, kdo se podílejí na výchově dítěte.

Takový přístup umožní dětem bezpečně prozkoumávat a využívat média, zatímco se učí zodpovědnosti a kritickému myšlení nezbytnému pro orientaci v digitálním světě. Vzdělávací programy by proto měly být navrženy tak, aby osvětlovaly všechny popsání determinanty (context, content, child).

3.2 Determinant – Dítě

Klíčovým faktorem je samotné dítě. Dítě je individualita – jedinec s odlišnými zájmy, znalostmi, zkušenostmi, vlastní osobností a dalšími faktory, které jsou specifické pro určité dítě. Zmíněné charakteristiky ovlivňují to, jaké zážitky ze sledování bude dítě mít. Zda tyto zážitky budou pro dítě účinné nebo zcela odlišné od záměru (Salomon, 1983). Salomonův výzkum ukázal, že učení dětí je nejlepší, když čerpají ze svých předchozích nabytých zkušeností a znalostí a čerpají ze svých zájmů. V tuto chvíli je duševní úsilí dítěte optimální, to podle Salomona znamená ani příliš snadné ani příliš těžké (Salomon, 1983).

Další prvkem ovlivňujícím porozumění a učení se z obrazovek ukázala studie od Takeuchi a Stevens v roce 2011. Tato studie ukázala, že děti se z obrazovek lépe učí, když jsou v kontaktu s další osobou, a to rodičem, sourozenci či dalšími členy. Tyto interakce v podobě komunikace o obsahu s dalšími osobami mohou nastávat v případě, že dítě konzumuje obsah ve společném prostoru domova. Na rozdíl od samostatné konzumace v pokoji (Takeuchi a Stevens, 2011).

Na výše uvedenou potřebu předchozích znalostí upozorňuje i Aladé a Nathanson. Podle nich znalosti u dětí souvisí se schopností vyprávění, jejich verbálními schopnostmi a dětskou

krátkodobou pamětí. Všechny zmíněné prvky ovlivňují porozumění obsahu konzumovaného z obrazovky (Aladé a Nathanson, 2016).

Teoretické porozumění a uvědomění si všech vstupů v podobě uvedených 3C (context, content, child) by mohlo být užitečné pro rozvoj relevantního vzdělávacího obsahu pro děti. Využití tohoto teoretického porozumění by mohlo pozitivně působit i na výzkumníky a jejich studie, kteří řeší dopad médií na děti.

4 Výzkum

Výzkumná část diplomové práce se zabývá způsoby, jakými používají děti ve věku 6–9 let digitální technologie a jaké strategie aplikují pro omezení nebo pro vzdělávání o technologiích jejich rodiče. Praktická část výzkumu je řešena kombinací kvantitativní a kvalitativní metody. Smíšená metodologie výzkumu poskytuje pochopení problematiky a přináší validnější výsledky.

Dosavadní poznatky a východiska

Důležitost výzkumu v oblasti rodičovských mediálních strategií je zásadní pro pochopení světa, který je v procesu digitalizace. Digitalizace a digitální technologie jsou dětským prostředím v moderním světě. Poznání toho, co ovlivňuje rodičovské mediální strategie, je důležitým prvkem na cestě k lepšímu porozumění interakcím mezi rodinou a digitálními médii.

K literární rešerši byli pro účely této práce použity databáze: ERIC (Education Resources Information Center⁷), Web of science⁸, Scopus⁹, Semantic Scholar¹⁰, Google Scholar¹¹, EBSCOhost¹² a Knihovnická literatura¹³. Ve specifických případech bylo využito nástrojů pro automatický překlad, a to v případě německých zdrojů nebo obsahově náročných dokumentů v anglickém jazyce. Pro automatický překlad byly využity nástroje DeepL¹⁴ a chatGPT¹⁵.

Kirwil uvádí, že výběr mediální strategie rodiči záleží na mnoha faktorech. Za klíčový považuje individuální a sociodemografické¹⁶ vlastnosti rodičů, dále socioekonomické¹⁷ aspekty rodin a mezikulturní rozdíly (Kirwil, 2009).

Otázce mediálních znalostí rodičů a jejich strategiím se věnovala studie od Livingstone a ta potvrzuje, že rodiče (lokality Evropa), kteří mají vyšší mediální dovednosti, jsou schopni

⁷ <https://eric.ed.gov/>

⁸ <https://www.webofscience.com/>

⁹ <https://www.scopus.com>

¹⁰ <https://www.semanticscholar.org/>

¹¹ <https://scholar.google.com/>

¹² <https://www.ebsco.com/>

¹³ https://aleph.nkp.cz/F/?func=file&file_name=find-b&local_base=kk1

¹⁴ <https://www.deepl.com/translator>

¹⁵ <https://chat.openai.com/>

¹⁶ Charakteristiky vzorku jako jsou pohlaví, věk, vzdělání apod.

¹⁷ Socioekonomické aspekty rodin se týkají způsobu, jakým ekonomické podmínky a sociální faktory ovlivňují strukturu, chování a životní podmínky rodin.

účinněji pomáhat svým dětem zvládat rizika na internetu (Livingstone, Haddon, Görzig & Ólafsson, 2011).

Studie zveřejněná v časopise *Journal of Children and Media* v roce 2015 se věnovala také mediálním znalostem rodičů a zkoumala, jak rodiče regulují používání médií mimo jiné i u dětí mladšího školního věku. Výsledky ukázaly, že rodiče s vyššími mediálními znalostmi mohou mít tendenci být méně striktní v regulaci médií, protože se cítí pohodlněji s výběrem obsahu pro své děti. Na druhé straně rodiče s nižšími mediálními znalostmi se mohou více spoléhat na zákazy a omezení času stráveného u médií, aby minimalizovali negativní vliv na své děti (Livingstone, Mascheroni, Dreier, Chaudron & Lagae, 2015).

V roce 2019 Sánchez-Navarro potvrzuje závěry Livingstone, a to že rodiče s vyššími mediálními dovednostmi jsou schopni účinněji regulovat používání obrazovkových médií svých dětí, a to může vést k nižšímu vystavení médiím a i nižšímu výskytu agresivního chování (Sánchez-Navarro & Colás-Bravo, 2019).

Steiner zdůrazňuje vliv úrovně mediálních kompetencí rodičů pro rodičovské mediální strategie. Rodiče, kteří sami uvádějí vysokou míru využívání médií a mediálních znalostí, uvádějí, že uplatňují výrazně restriktivnější, reflektivní a aktivnější monitorovací činnosti. Oproti tomu rodiče s obzvlášť nízkými znalostmi v oblasti kritického používání médií uvádí, že výrazně méně omezují mediální výchovné postupy (Steiner, 2013).

Role vzdělávání je jedním ze společných faktorů zachycujících hlavní zdroj rozdílů a nerovností napříč domácnostmi společně s faktorem příjmu domácností. Příjem domácností a vzdělání rodičů ovlivňují rodičovskou mediaci, ale zdá se, že větší rozdíl je vzdělání (Livingstone, 2015).

V rodinách s nižšími příjmy s nižším vzděláním rodičů Livingstone dále zjistila restriktivnější strategie rodičovské mediace. V rodinách s vyšším vzděláním rodičů potvrdila poměrně vysoké sebevědomí rodičů v oblasti jejich digitálních kompetencí a jejich spíše aktivní přístup k mediaci oproti mediaci restriktivní. Poslední skupinou vzdělanější rodiny s vyššími příjmy – zde nebyla identifikována inklinace k určitému způsobu mediální strategie, ale naopak byla identifikována široká škála různých mediačních praktik a různých strategií (Livingstone, 2015).

Livingstone (2017) se zaměřila na digitální znalosti rodičů a jejich působení na mediální strategie a zjistila, že rodiče aplikují více restriktivní prvky, pokud sami sebe hodnotí jako

mající omezené schopnosti v oblasti digitálních znalostí. Naopak čím více rodiče sami sebe hodnotili jako vlastníky vyšších digitálních dovedností, tím více preferovali tzv. Enabling Mediation. (tento styl více rozveden v kapitole 1.1. Vývoj konceptu rodičovských mediálních stylů). (Livingstone, 2017)

Brito (2017) se věnuje vlivu věku na jejich mediální strategie. Starší rodiče kontrolují děti více než mladí rodiče (Brito, 2017). Je důležité objasnit a vymezit zásadní pojem, a tím jsou starší a mladí rodiče. Pro vymezení pojmu starší a mladší rodiče lze nalézt hranici, kterou uvádí Sobotková, a to třicátý pátý rok života. Tedy za mladší rodiče jsou považováni ti, kteří mají dítě před 35. rokem života, a za starší ti, kteří mají dítě po tomto roce. Tento věk je věkovou hranicí udávanou pro pozdní mateřství (Sobotková, 2012a).

Výzkum v oblasti rodičovských mediálních strategií se snaží objasnit, která z mediálních strategií rodičů, případně které jejich působení je nejúčinnější. Na tuto otázku reaguje Piotrowski zjištěním, že pokud rodiče povzbuzují děti ke konzumaci pozitivního mediálního obsahu, vede to k vyšší pravděpodobnosti konzumace vzdělávacího obsahu a méně násilného obsahu. Piotrowski také uvádí, že předběžné analýzy naznačily, že tento popsáný vztah je přítomen během raného dětství, tedy v období 3–8 let věku dítěte (Piotrowski, 2017).

Rodičovským strategiím s ohledem na různé typy využití médií se věnuje Barr. Nejen samotný typ mediace (restriktivní nebo aktivní), ale i způsob, jakým je tato mediace uplatňována, ovlivňuje, jak děti média používají. K tomuto výsledku dospěla Barr v roce 2017. Znamená to, že může dojít o rozdílům ve využívání médií i mezi dětmi, jejichž rodiče uplatňují stejný typ mediace, ale dělají tak různými způsoby (Barr, 2017).

K pozitivním výsledkům rodičovských strategií dospěla ve výzkumu Ine Beyens, jejíž výzkum prokázal, že rodičovské digitální strategie zlepšují pohodu dětí a předcházejí neštěstí (Beyens, 2022).

Současný výzkum se intenzivně věnuje vlivu sociodemografických charakteristik na rodičovské mediální strategie. Vliv rodičovských charakteristik jako věk, pohlaví, digitální gramotnost apod. potvrzuje například studie Kalabina (2021).

4.1 Design výzkumu

První fází výzkumného procesu byl výběr odpovídající výzkumné metody a detailní specifikace témat, která budou v rámci výzkumu zkoumána. Jako vhodná metoda výzkumu

byla zvolena metoda sběru dat formou dotazníkového šetření v kvantitativní části výzkumu a individuální hloubkové rozhovory v části kvalitativní (Hendl, 2016, s. 82–83).

Dotazník použitý v **kvantitativní části** výzkumu vychází z odborného článku „Measuring Parental Behaviour toward Children’s Use of Media and Screen-Devices: The Development and Psychometrical Properties of a Media Parenting Scale for Parents of School-Aged Children“.¹⁸ Jako hlavní nástroj pro sběr dat je využit dotazník s názvem MEPA 20, který byl v rámci daného článku speciálně vyvinut a doporučen pro výzkum mediálního rodičovství v kontextu používání obrazovky/médií u dětí školního věku, a tedy i konkrétní zkoumané skupiny dětí ve věku 6–9 let.

Struktura MEPA-20 je rozdělena na tři podkategorie:

- aktivní mediace 8 položek (AM);
- restriktivní mediace 8 položek (RM);
- nadměrná ochranná mediace 4 položky (OP).

Respondenti se v dotazníku MEPA vyjadřují k 20 výrokům pomocí Likertovy škály (1 vůbec neplatí, 2 spíše neplatí, 3 tak napůl, 4 spíše platí, 5 rozhodně platí). Získaná data se počítají průměrem v jednotlivých kategoriích otázek.

MEPA-20 je doporučen pro výzkum mediálního rodičovství v kontextu používání obrazovek či médií u dětí školního věku. Dotazník MEPA-20 prošel procesem pilotní studie, je tedy relevantní a pro respondenty srozumitelný (Lukavská a kol., 2021). MEPA-20 je vhodným nástrojem pro sběr dat v realizovaném výzkumu ke kategorizaci rodičovských mediálních strategií.

Kvantitativní část hledá vztahy mezi různými proměnnými prostřednictvím statistické analýzy. Data jsou analyzována pomocí t-testu a je počítána hodnota p. Při výpočtu je pracováno s obvyklou hranicí pro statistickou významnost, kdy výsledek testu je považován za statisticky významný na hladině $p < .05$.

Proměnnými jsou pro účely tohoto výzkumu data o dosaženém vzdělání rodičů, věk, kdy se stali rodiči dítěte, které je ve věku 6–9 let, subjektivní sebehodnocení mediálních znalostí rodičů a mediální strategie rodičů.

¹⁸ LUKAVSKÁ K, VACEK J, HRABEC O, BOŽÍK M, SLUSSAREFF M, PÍŠOVÁ M, KOCOUREK D, SVOBODOVÁ L, GABRHELÍK R. Measuring Parental Behaviour towards Children's Use of Media and Screen-Devices: The Development and Psychometrical Properties of a Media Parenting Scale for Parents of School-Aged Children. *Int J Environ Res Public Health*. 2021 Aug 31;18(17):9178. doi: 10.3390/ijerph18179178. PMID: 34501770; PMCID: PMC8431513.

V rámci **kvalitativní části** je zkoumána skupina rodičů, jejichž děti jsou ve věku 6–9 let. Pro sběr dat byly použity individuální hloubkové rozhovory, které byly strukturovány tak, aby poskytly odpovědi na stanovené výzkumné otázky. Data z rozhovorů byla analyzována pomocí tematické analýzy. Díky této metodě byla identifikována, analyzována a popsána nalezená témata v datech. V rámci výsledků výzkumu jsou získané poznatky interpretovány v kontextu stanovených výzkumných otázek.

K analýze dat je použit princip zakotvené teorie. Použití tohoto principu může pomoci vytvořit hlubší a detailnější pochopení dat. Analyzována jsou data získaná pomocí individuálních hloubkových rozhovorů. Otázky a návod rozhovoru jsou uvedeny v příloze č. 2 Rozhovor.

Ke **kvalitativní** analýze dat byla použita kombinace několika nástrojů a ručního zpracování dat. Otevřené kódování bylo provedeno nástrojem Atlas.ti, kde byly získány základní kódy, které byly následně zkontrolovány a upraveny pohledem výzkumníka. Dále bylo využito kvalitativního zpracování dat pomocí chatGPT, kde byla pomocí kódů z Atlas.ti zpracována axiální část kódování. Po kategorizaci dat pomocí chatGPT bylo opět přistoupeno k úpravě a vyhodnocení kategorií výzkumníkem. Selektivní kódování s cílem porozumět celému datasetu bylo zpracováno výzkumníkem. Byla vytvořena centrální kategorie a v rámci kapitoly Výzkumná zjištění (kapitola č. 5) zpracován koherentní teoretický rámec k interpretaci dat.

4.1.1 Etika výzkumu

Každý participant **kvantitativní** části souhlasil pomocí informovaného souhlasu o provedení šetření (viz příloha č. 1 Informovaný souhlas účastníka výzkumu – kvantitativní část). Respondenti, kteří se účastnili výzkumu pomocí dotazníku online (vytvořen přes Google Forms), souhlasili i Informovaným souhlasem, a to včetně všech nutných informací o důvodech výzkumu, průběhu výzkumu, využití dat a jejich anonymizaci.

Účastníci individuálních hloubkových rozhovorů v **kvalitativní** části výzkumu byli dotazováni osobně, proto byli s informovanými souhlasy, účelem a průběhem výzkumu, způsobem využití dat a postupem jejich anonymizace, seznámení před započítím rozhovoru.

4.2 Kvantitativní výzkum

Kvantitativní výzkum je prováděn pomocí metody průzkumu s využitím dotazníků. Cílem kvantitativní části výzkumu je zmapovat užívání rodičovských mediálních strategií v oblasti digitálních technologií u rodičů dětí ve věku 6–9 let. Zjistit, jak rodiče, hodnotící své mediální kompetence jako vyšší, přistupují k mediálním strategiím ve srovnání s rodiči, kteří hodnotí své mediální kompetence spíše jako nízké, a vyhodnotit, zda vybrané sociodemografické vlastnosti (vzdělání, věk) mají vliv na převládající rodičovskou mediální strategii.

4.2.1 Formulace hypotéz

Hypotézy jsou odvozeny na základě dostupných poznatků z literatury k tématu rodičovské mediální strategie a podobných studií věnujících se zejména rodinné výchově a rodičovským stylům výchovy.

H1 Rodiče, kteří sami sebe hodnotí jako mající vyšší mediálních znalosti, uplatňují aktivní mediální strategii.

H2 Rodiče, kteří sami sebe hodnotí jako mající nižší úroveň mediálních znalostí, neaplikují mediální strategie.

H3 Rodiče s vyšším věkem častěji aplikují restriktivní mediální strategii.

H4 Rodiče s nižším věkem častěji aplikují aktivní mediální strategii.

H5 Rodiče se základním vzděláním neaplikují prvky mediálních strategií.

H6 Rodiče s vyšší úrovní vzdělání mají tendenci více aplikovat aktivní mediální strategii.

4.2.2 Operacionalizace hypotéz

K přezkoumání platnosti hypotéz je nutné zabývat se tím, jak získat data, která budeme moci analyzovat. Hypotézy jsou níže vyjádřeny pomocí měřitelných proměnných a je popsán proces jejich měření (Hendl, 2017).

Hypotéza 1

Vyšší míra mediálních znalostí na základě sebehodnocení rodiče vychází z reakcí na tvrzení (příloha č. 3, otázky č. 21–26). Vypočtením průměru na tato tvrzení byla stanovena hodnota pro vyšší míru mediálních znalostí na $\geq 3,5$.

Aktivní mediální strategie je vypočtena jako průměr odpovědí na položky dotazníku označené jako MP1, MP2, MP3, MP6, MP7, MP8 a MP9.

Hypotéza 2

Nižší úroveň mediálních znalostí na základě sebehodnocení rodiče vychází z reakcí na tvrzení (příloha č. 3, otázky č. 21–26). Vypočtením průměru na tato tvrzení byla stanovena hodnota pro nižší úroveň mediálních znalostí na $< 3,4$.

Neaplikují mediální strategie – odpovědi na tvrzení v rozsahu MP1 až MP20 se pohybují v rozsahu Vůbec neplatí a Spíše neplatí.

Hypotéza 3

Vyšší věk rodičů byl stanoven na rodiče, kteří se stali rodičem dítěte ve věku 6–9 let ve věku > 36 let.

Restriktivní mediální strategie je vypočtena jako průměr odpovědí na položky dotazníku označené jako MP11, MP12, MP13, MP14, MP16, MP17, MP18 a MP19.

Hypotéza 4

Nižší věk rodičů byl stanoven na rodiče, kteří se stali rodičem dítěte ve věku 6–9 let ve věku ≤ 35 .

Aktivní mediální strategie je vypočtena jako průměr odpovědí na položky dotazníku označené jako MP1, MP2, MP3, MP6, MP7, MP8 a MP9.

Hypotéza 5

Nižší úroveň vzdělání byla stanovena na rodiče, kteří uvedli své vzdělání jako základní. Neaplikují mediální strategie – odpovědi na tvrzení v rozsahu MP1 až MP20 se pohybují v rozsahu Vůbec neplatí a Spíše neplatí.

Hypotéza 6

Vyšší úroveň vzdělání byla stanovena na rodiče, kteří uvedli své vzdělání jako vyšší než základní a středoškolské.

Aktivní mediální strategie je vypočtena jako průměr odpovědí na položky dotazníku označené jako MP1, MP2, MP3, MP6, MP7, MP8 a MP9.

4.2.3 Pilotní výzkum

Pilotní studie na dotazník MEPA-20 v jeho rozsahu 20 tvrzení realizována nebyla. Dotazník v této formě již prošel pilotní studií a je pro další výzkum v této oblasti doporučen, je relevantní a pro respondenty srozumitelný.

Sestrojená škála MEPA-20 je důvěryhodným měřicím prostředkem vhodným pro posuzování způsobů rodičovského přístupu k používání obrazovek u dětí na prvním stupni

základní školy (ve věku 6 až 10 let) (Lukavská et al, 2022). MEPA-20 je vhodným nástrojem pro sběr dat v tomto výzkumu.

Pilotní studie byla realizována v rozšířené verzi o demografické otázky a tvrzení na sebehodnocení mediálních kompetencí rodičů. Pilotní studie byla provedena u pěti respondentů. Kompletní dotazník byl zaslán přes formuláře Google Forms a následně byla získána zpětná vazba. Respondenti pro pilotní výzkum byly osloveni přes komunitu Mateřského centra Benátky nad Jizerou.

Po vyhodnocení pilotní studie bylo v dotazníku upraveno tvrzení č. 24, a to upřesněním jeho významu. Byl upraven způsob vyjadřování respondentů k demografickým otázkám a to tak, aby byla odpověď jednoznačná pro následující analýzu dat. V sadě demografických dotazů bylo upuštěno od otázky na pohlaví dítěte, které bylo vyhodnoceno pro výzkum jako nerelevantní. Dále bylo zjištěno, že vyplnění dotazníku trvá v průměru nižší čas, než byl předpokládán. V úvodu dotazníku byl tedy čas nutný k vyplnění dotazníku snížen. Ostatní tvrzení týkající se mediálních strategií a sebehodnocení rodičovských kompetencí byly respondenty hodnoceny jako jednoznačné a srozumitelné.

4.2.4 Výzkumný vzorek

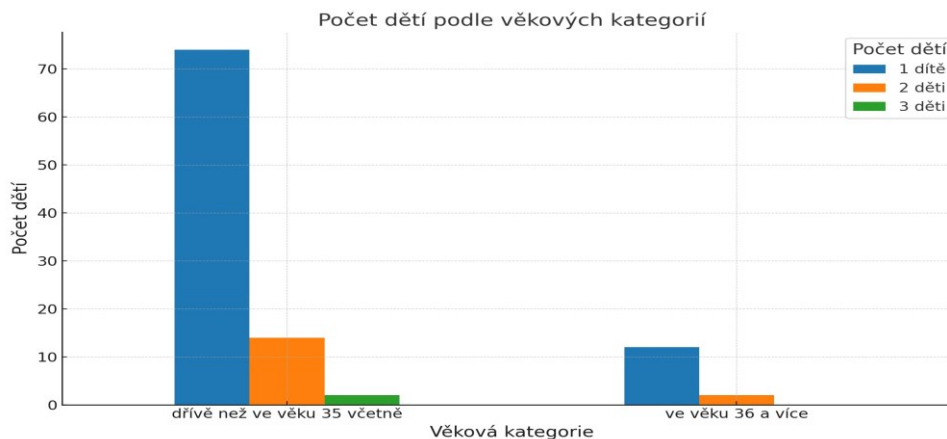
Výzkumný vzorek se skládá z rodičů, kteří mají alespoň jedno dítě ve věku 6–9 let. Velikost vzorku je 118 respondentů. Šest respondentů bylo ze vzorku vyňato vzhledem k tomu, že uvedli 0 dětí ve zkoumané věkové skupině. Rodiče-respondenti byli vybíráni z části přímým oslovením, část byla oslovena skrze spolupráci s lektorkami Mateřského centra v Benátkách nad Jizerou a část byla požádána o vyplnění dotazníku skrze uzavřenou facebookovou skupinu uvedeného mateřského centra. Dotazník byl vytvořen přes formuláře Google Forms. V případě, že respondent byl účastníkem i kvalitativní části rozhovoru, vyplňoval dotazník před rozhovorem. To bylo z toho důvodu, aby bylo možné následně pracovat s oběma datovými vstupy.

Popis výzkumného vzorku

Tabulka 1 Počet dětí ve věku 6-9 let podle kategorií rodičů

Věková kategorie rodičů	1 dítě	2 děti	3 děti	Celkem
Dítě dříve než v 35 letech vč.	74	14	2	90
Dítě ve věku 36 a více	12	2	0	14

Počet dětí celkem	86	16	2	104
-------------------	----	----	---	------------

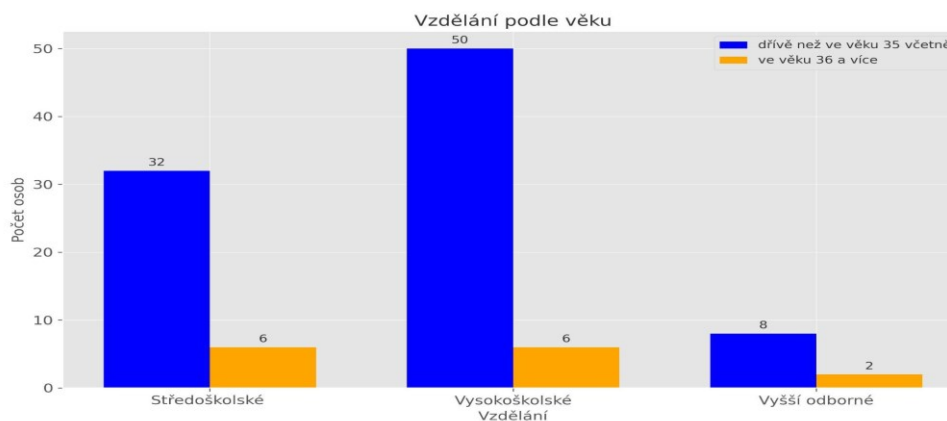


Graf 1 Počet dětí ve věku 6-9 let podle kategorií rodičů

Většina respondentů (74) se stala rodiči prvního dítěte, které je aktuálně ve věku 6–9 let, dříve než ve věku 35 let a má jedno dítě ve věku 6–9 let. Mladší rodiče (kategorizováni jako „dříve než ve věku 35 včetně“) měli častěji více dětí ve zkoumané kategorii, někteří dvě a dva respondenti uvedli tři děti ve věkové hranici 6–9 let. Starší rodiče (kategorizováni jako „ve věku 36 a více“) uvedli pouze ve dvou případech dvě děti ve věku 6–9 let.

Hodnota celkem (104) představuje respondenty, kteří poskytli platné údaje jak o věku, kdy se stali rodiči dítěte/děti ve věku 6–9 let, tak o počtu dětí ve věku 6–9 let. Hodnota (104) je tedy nižší než celkový počet respondentů (118), protože zahrnuje pouze ty respondenty, kteří odpověděli na tyto dvě uvedené otázky.

Vztah mezi vzděláním a věkem, ve kterém se stal rodičem prvního dítěte ve věku 6–9 let.



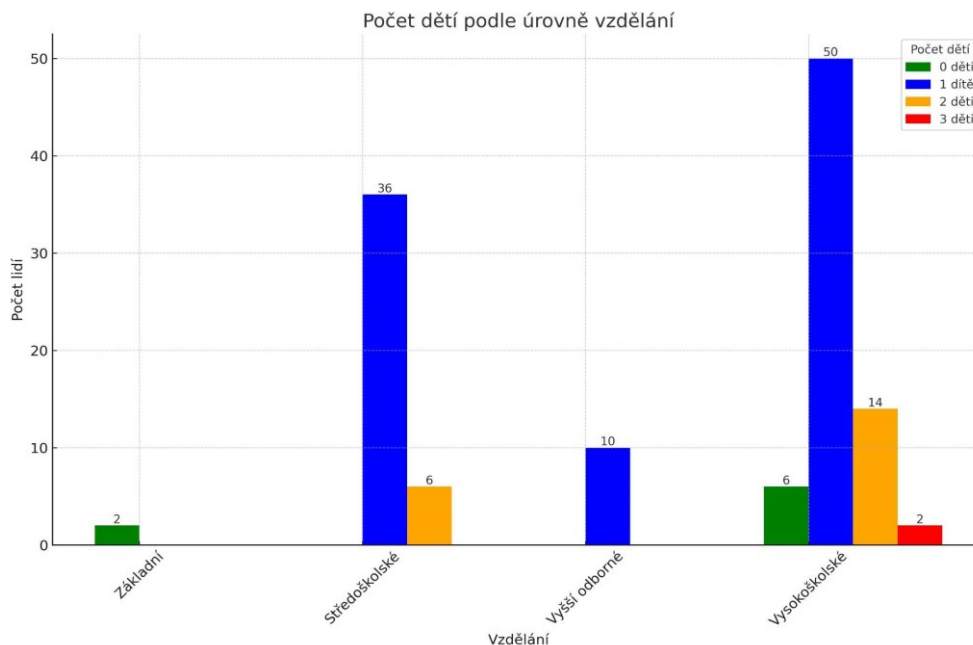
Graf 2 Vzdělání rodičů dle věkových kategorií

Z těchto výsledků lze interpretovat, že významnější část rodičů, kteří mají dítě ve věku 6–9 let, se rodičem stali dříve než ve věku 35 let, a to bez ohledu na úroveň jejich vzdělání. Lze vyčíst, že většina respondentů s vysokoškolským vzděláním (50) se stala rodičem dítěte, které je aktuálně ve věku 6–9 let, dříve než ve věku 35 let.

Vztah mezi vzděláním a počtem dětí ve věku 6-9 let

Tabulka 2 Vzdělání rodičů a počet dětí ve věku 6-9 let

Vzdělání	0 dětí	1 dítě	2 děti	3 děti	Celkem dětí
Základní	2 (100 %)	0 (0 %)	0 (0 %)	0 (0 %)	2
Středoškolské	0 (0 %)	36 (86 %)	6 (14 %)	0 (0 %)	42
Vyšší odborné	0 (0 %)	10 (100 %)	0 (0 %)	0 (0 %)	10
Vysokoškolské	6 (8 %)	50 (70 %)	14 (19 %)	2 (3 %)	72
Celkem dětí	8 (6 %)	96 (76 %)	20 (16 %)	2 (2 %)	126



Graf 3 Vzdělání rodičů a počet dětí ve věkové kategorii 6-9 let

Ve všech vzdělávacích skupinách je nejvíce respondentů s jedním dítětem ve věku 6–9 let. Ve skupině středoškolského vzdělání 86 %, vyššího odborného 100 % a vysokoškolského 70 %.

Je důležité si všimnout, že existuje skupina respondentů (6 %), kteří uvedli, že nemají žádné děti v cílové věkové kategorii (6–9 let). Zajímavé je, že mezi respondenty s vysokoškolským vzděláním je vyšší počet těch, kteří uvedli, že nemají děti v této věkové kategorii, ve srovnání s ostatními vzdělávacími skupinami. Na druhou stranu, respondenti se základním vzděláním mají také nulovou účast dětí v této věkové kategorii, což může být důsledek menší velikosti této vzorkové skupiny (pouze dva respondenti).

Část dotazníku se týkala sebehodnocení mediálních znalostí samotných rodičů. Vypočtením průměru na tato tvrzení byla stanovena hodnota pro vyšší míru mediálních znalostí na $\geq 3,5$ a pro nižší úroveň mediálních znalostí na $< 3,4$.

- Vyšší mediální znalosti: 59 % (74 respondentů)
- Nižší mediální znalosti: 41 % (52 respondentů)

Toto rozdělení ukazuje, že vzorek rodičů je relativně vyrovnaný mezi dvěma kategoriemi mediálních znalostí.

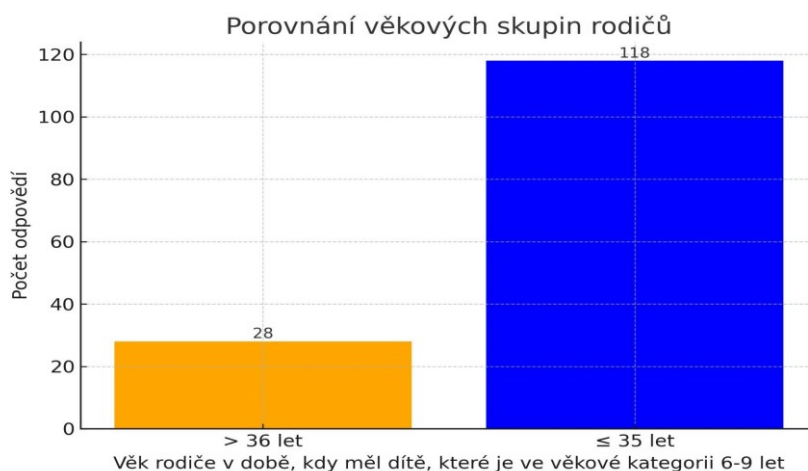
V rámci hypotéz bylo také použito kategorií Vyšší věk rodičů, kteří se stali rodičem dítěte ve věku 6–9 let ve věku > 36 let a Nižší věk rodičů byl stanoven na rodiče, kteří se stali rodičem dítěte ve věku 6–9 let ve věku ≤ 35 .

Ve výzkumných datech je 19 % odpovědí (28), kdy byl rodič ve věku 36 let a více v době, kdy měl dítě, které je teď ve věku 6–9 let. Na druhou stranu je v datech 80 % odpovědí (118), kdy byl rodič ve věku mladším než 35 let, když měl dítě, které je teď ve věku 6–9 let.

Tento „nesoulad“ nastal z těchto důvodů:

- Respondenti mohou mít více než jedno dítě ve věku 6–9 let a mohou mít různé odpovědi pro každé dítě.
- Někteří respondenti neodpověděli na všechny otázky týkající se věku, ve kterém se stali rodiči.

Hodnoty 28 a 118 se týkají jednoho nebo více dětí jednoho respondenta a neodpovídají tak celkovému počtu respondentů (104).



Graf 4 Věk rodičů v době narození dítěte, kterému je 6-9 let

Pokud se podíváme na tyto hodnoty, vidíme, že odpovědi ve druhé kategorii („dříve než ve věku 35 včetně“) označené v grafu jako Rodič méně než 35 let jsou výrazně vyšší, což může naznačovat, že ve vzorku je více rodičů, kteří se stali rodiči v mladším věku, ve srovnání s těmi, kteří se stali rodiči ve věku 36 let a více.

Pokud bychom chtěli ověřit, zda je tento rozdíl statisticky významný, mohli bychom provést vhodný statistický test, což v tomto případě nelze, protože od několika respondentů je více odpovědí.

4.3 Kvalitativní výzkum

Pomocí individuálních hloubkových rozhovorů se kvalitativní část výzkumu snaží o poskytnutí hlubšího porozumění rodičovským mediálním strategiím. Rodiče hrají klíčovou roli v omezení a řízení přístupu dětí k médiím. Prostřednictvím sady otázek se práce pokouší o lepší porozumění mediálnímu prostředí v rodinách s dětmi ve věku 6–9 let.

Kvalitativní část výzkumu se věnuje třem výzkumným otázkám. Za prvé, zkoumá, zda se rodičovské strategie liší v závislosti na konkrétním médiu. Dále se snaží zjistit, zda rodiče vnímají negativa a pozitiva spojená s používáním technologií odlišně v závislosti na různých typech zařízení. Tímto způsobem se kvalitativní výzkum snaží přinést hlubší pochopení toho, jak rodiče zvládají dynamický a složitý digitální svět, v němž vyrůstají jejich děti.

4.3.1 Pilotní výzkum

V rámci kvalitativní části výzkumu byl proveden pilotní výzkum s cílem vyzkoušet a upravit otázky, metodu a nástroje pro sběr dat a analýzu. Pilotní výzkum proběhl před provedením plného výzkumu na vzorku dvou participantů. Rozhovory trvaly v průměru 13 minut.

Z pilotního výzkumu vyplynula nutnost důrazně uvést, že rozhovor se týká definované věkové skupiny s cílem, aby rodič odpovídal pouze s ohledem na jeho dítě, které do této věkové kategorie spadá. Rodiče měli tendenci hovořit o všech dětech v rodině. Dále u první otázky „Používá vaše dítě digitální technologie? Jaké?“ bylo nutno přidat doplňující otázky přímo na jednotlivá média. Rodiče často zapoměli uvést všechny digitální technologie nebo si nebyli jisti, zda některé technologie mají uvést. Jednalo se například o televizi či X-box. Dále také zapoměli uvádět používání mobilních telefonů v případě, že dítě nebylo přímo vlastníkem zařízení, ale pouze si ho půjčovalo od rodiče či sourozence. Byla rozvinuta otázka „Měníte pravidla v případě zvláštních situací?“ S cílem lepšího porozumění byly v průběhu rozhovorů tyto zvláštní situace specifikovány (např. dlouhá cesta autem, nemoc dítěte apod.), Ostatní připravené otázky byly jasné a participanty tyto dotazy pochopili.

4.3.2 Výzkumné otázky

Formulace výzkumných otázek byla stanovena na základě studia odborné literatury a otázek, které z nich vyplývají o roli rodičů v mediálním rodinném prostředí, o rodičovských strategiích a postojích k různým typům médií a jejich potenciálních pozitivních či negativních dopadech na děti.

Tyto poznatky vedly k formulaci následujících výzkumných otázek:

O1 Liší se rodičovské strategie v závislosti na médiu?

O2 Vnímají rodiče negativa spojená s používáním technologií odlišně v závislosti na různých typech zařízení?

O3 Vnímají rodiče pozitiva spojená s používáním technologií odlišně v závislosti na různých typech zařízení?

4.3.3 Výzkumný vzorek

V rámci kvantitativní části výzkumu vznikl vzorek respondentů a z této skupiny poté vznikl vzorek participantů, kteří se přihlásili dobrovolně k následnému hloubkovému kvalitativnímu rozhovoru.

Výzkumný vzorek se skládá ze sedmi participantů, kteří se dobrovolně přihlásili k účasti na hloubkovém rozhovoru. Charakteristika rodičů zahrnující vzdělání a věk, kdy se stali rodičem dítěte, je uvedena v tabulce.

Tabulka 3 Skladba výzkumného vzorku

	Počet dětí ve věku 6–9 let	Rodičem dítěte ve věku 6–9 let se stal	Vzdělání
Účastník č. 1	1	ve věku ≤ 35	Vyšší odborné
Účastník č. 2	1	ve věku ≤ 35	Vysokoškolské
Účastník č. 3	1	ve věku ≤ 35	Vysokoškolské
Účastník č. 4	1	ve věku ≤ 35	Středoškolské
Účastník č. 5	1	ve věku ≤ 35	Základní
Účastník č. 6	1	ve věku ≤ 35	Středoškolské
Účastník č. 7	2	ve věku ≤ 35, ve věku >36 let	Vysokoškolské

5 Výzkumná zjištění

Prezentace výsledků výzkumu je rozdělena dle jejich dvou částí na kvantitativní a kvalitativní část. Kvantitativní výsledky jsou prezentovány v tabulkách, grafech a pomocí průměrů a p-hodnot. Kvalitativní část výzkumu se zaměřila na hlubší poznání mediálních strategií rodičů formou individuálních hloubkových rozhovorů, proto je tato část prezentována ve formě slovních popisů a nalezených vzorců na hlavní myšlenky a témata ze získaných dat.

5.1 Kvantitativní výzkum

H1 Rodiče, kteří sami sebe hodnotí jako mající vyšší mediální znalosti, uplatňují aktivní mediální strategii.

K interpretaci hypotézy H1 byly spočítány průměrné hodnoty aktivní mediální strategie v obou skupinách rodičů.

Skupiny:

Vyšší mediální znalosti: 74 respondentů

Nižší mediální znalosti: 52 respondentů

Pokud by byla průměrná hodnota aktivní mediální strategie vyšší ve skupině s vyšším sebehodnocením mediálních kompetencí, mohl by tento výsledek být interpretován jako podpora pro hypotézu H1.

Aby byl závěr signifikantní, měl by být proveden t-test. Ten umožní zjistit, zda rodiče s vyšším a nižším sebehodnocením mediálních kompetencí mají odlišné charakteristiky v uplatňování aktivní mediální strategie a vypočtena hodnota p. Hodnota p je pravděpodobnost, kdy by při pozorování dat nebyl žádný rozdíl mezi skupinami. Zde je obvykle využívána hodnota $p < 0,05$ – rozdíl mezi skupinami je statisticky významný. T-test byl proveden v Pythonu pomocí knihovny SciPy.

Konkrétní výstup ze statistického testu:

p-hodnota = 0.00083

t-statistika: -3,44

Vzhledem k hodnotě p , která je menší než 0,05, lze předpokládat, že existuje statisticky významný rozdíl mezi skupinou s nižším sebehodnocením a skupinou s vyšším sebehodnocením v aktivní mediální strategii.

T-statistika je záporné číslo, lze tedy říct, že skupina s vyšším sebehodnocením mediálních kompetencí má v průměru vyšší skóre v aktivní mediální strategii než skupina s nižším sebehodnocením.

Z toho vyplývá, že data jsou v souladu s hypotézou H1, tedy že rodiče, kteří sami sebe hodnotí jako mající vyšší mediální znalosti, uplatňují aktivní mediální strategii.

Pomocí nástroje Social Science Statistics byl proveden výpočet Cohenova d . Zadány byly vstupní požadavky na data pro obě skupiny – průměr, velikost vzorku a směrodatná odchylka. Nástroj vypočítal hodnotu $d = 0,63$.

Malý efekt: 0,2

Střední efekt: 0,5

Velký efekt: 0,8¹⁹

Z této hodnoty lze vyvodit, že rozdíl mezi skupinami je významný. I tento způsob výpočtu vede k potvrzení hypotézy H1.

H2 Rodiče, kteří sami sebe hodnotí jako mající nižší úroveň mediálních znalostí, neaplikují mediální strategie.

K interpretaci hypotézy H2 byla provedena analýza dat, ke zjištění, zda existují respondenti, kteří odpověděli konzistentně na všechny otázky „spíše neplatí“ nebo „vůbec neplatí“. Bylo zjištěno, že ve vzorku se takoví respondenti nenacházejí a není tedy žádný respondent, který by konzistentně a univerzálně neaplikoval mediální strategie.

Hypotézu H2, která předpokládá, že rodiče s nižší úrovní mediálních znalostí neaplikují mediální strategie, nelze na základě tohoto vzorku potvrdit, protože není žádný respondent, který by univerzálně neaplikoval mediální strategie ve všech aspektech.

H3 Rodiče s vyšším věkem častěji aplikují restriktivní mediální strategii.

Ke zjištění, zda vyšší věk skutečně koreluje s restriktivní mediální strategií dle hypotézy H3, byli v datovém souboru nejprve identifikováni rodiče, kteří se stali rodiči dítěte/děti (6–9 let)

¹⁹ <https://rpsychologist.com/cohend/>

ve věku nad 36 let. K analýze bylo identifikováno 24 respondentů, kteří uvedli, že se stali rodičem dítěte/děti ve věku 36 let a více. Dále byl vypočten průměrný skór restriktivní mediální strategie pro každého respondenta na základě tvrzení označených jako MP11, MP12, MP13, MP14, MP16, MP17, MP18 a MP19. Následně byli dva respondenti vynecháni kvůli chybějícím údajům v proměnné „restriktivní mediální strategie“.

Pro vytvoření závěru o této hypotéze byl proveden t-test. Ten umožnil zjistit, zda existuje statisticky významný rozdíl v aplikaci restriktivní mediální strategie mezi mladšími rodiči (mladšími než 36 let) a staršími rodiči (36 let a více).

Konkrétní výstup ze statistického testu:

p-hodnota: 0,139

t-statistika: 1,49

T-test byl proveden v Pythonu pomocí knihovny SciPy.

Na základě zkoumaného datasetu nelze tvrdit, že věk rodičů má významný vliv na to, zda jejich mediální strategie jsou více restriktivního charakteru.

Na základě výše uvedené analýzy z dostupných dat nelze tvrdit, že rodiče s vyšším věkem častěji aplikují restriktivní mediální strategii.

H4 Rodiče s nižším věkem častěji aplikují aktivní mediální strategii.

Ke zjištění, zda nižší věk skutečně koreluje s aplikací aktivní mediální strategie dle hypotézy H4 byli v datovém souboru nejprve identifikováni rodiče, kteří se stali rodiči dítěte/děti (6–9 let) ve věku ≤ 35 . K analýze bylo identifikováno 90 respondentů.

Průměrná hodnota „Aktivní mediální strategie“ u rodičů, kteří se stali rodičem dítěte ve věku 6–9 let ve věku ≤ 35 let, je 4,23.

Průměrná hodnota „Aktivní mediální strategie“ u rodičů, kteří se stali rodičem později, je 4,20.

Konkrétní výstup ze statistického testu:

p-hodnota 0,839

t-statistika: 0,204

Vzhledem k tomu, že p-hodnota (0,839) je vyšší než obvyklá hranice pro statistickou významnost (0,05), nelze konstatovat, že existuje statisticky významný rozdíl mezi skupinou mladších a starších rodičů ve využívání aktivní mediální strategie. To znamená, že data nepodporují hypotézu H4. Podle dat neexistuje důkaz, že by mladší rodiče aplikovali aktivní mediální strategii častěji než starší rodiče.

Na základě zkoumaného datasetu tedy nelze tvrdit, že věk rodičů má významný vliv na to, zda jejich mediální strategie jsou více aktivního charakteru.

Na základě výše uvedené analýzy z dostupných dat nelze tvrdit, že rodiče s nižším věkem častěji aplikují aktivní mediální strategii.

H5 Rodiče se základním vzděláním neaplikují prvky mediálních strategií.

K interpretaci hypotézy H5 byla provedena analýza dat, ke zjištění, zda existují respondenti, kteří odpověděli konzistentně na všechny otázky „spíše neplatí“ nebo „vůbec neplatí“. Bylo zjištěno, že ve vzorku se takový respondent nenachází a není tedy žádný respondent, který by konzistentně a univerzálně neaplikoval mediální strategie. Ve vzorku se nachází pouze dva respondenti, kteří uvedli jako své vzdělání základní.

Hypotéza H5, která předpokládá, že rodiče se základním vzděláním neaplikují mediální strategie, nelze na základě tohoto vzorku potvrdit, protože není žádný respondent, který by univerzálně neaplikoval mediální strategie ve všech aspektech a není dostatečný počet respondentů, kteří by uvedli své vzdělání jako základní.

H6 Rodiče s vyšší úrovní vzdělání mají tendenci více aplikovat aktivní mediální strategii.

K interpretaci hypotézy H6 byly spočítány odpovědi na nejvyšší dosažené vzdělání.

Skupiny:

Základní: 2

Středoškolské: 42

Vyšší odborné: 10

Vysokoškolské: 72

Vyšší úroveň vzdělání byla stanovena na rodiče, kteří uvedli své vzdělání jako vyšší odborné či vysokoškolské (82) a rodiči s nižší úrovní vzdělání jsou považováni rodiče se základním a středoškolským vzděláním (44).

Aby byl závěr signifikantní, byl proveden t-test. Ten umožní zjistit, zda rodiče s vyšší úrovní vzdělání mají tendenci více aplikovat aktivní mediální strategii.

Byla vypočtena hodnota p. Hodnota p je pravděpodobnost, kdy by při pozorování dat nebyl žádný rozdíl mezi skupinami. Zde je obvykle využívána hodnota $p < 0,05$ – rozdíl mezi skupinami je statisticky významný. T-test byl proveden v Pythonu pomocí knihovny SciPy.

Konkrétní výstup ze statistického testu:

p-hodnota: 0,0057

t-statistika: 2,846

Vzhledem k hodnotě p, která je menší než 0,05, lze předpokládat, že existuje statisticky významný rozdíl mezi dvěma skupinami rodičů.

T-statistika je kladné číslo, to naznačuje, že průměrné skóre pro aktivní mediální strategie je vyšší u rodičů s vyšším vzděláním ve srovnání s rodiči s nižším vzděláním.

Na základě tohoto postupu jsou data v souladu s hypotézou H6, tedy že rodiče s vyšším vzděláním mají tendenci více aplikovat aktivní mediální strategie ve srovnání s rodiči s nižším vzděláním.

Pomocí nástroje Social Science Statistics byl proveden výpočet Cohenova d. Zadány byly vstupní požadavky na data pro obě skupiny – průměr, velikost vzorku a směrodatná odchylka. Nástroj vypočítal hodnotu $d = 0,56$.

Malý efekt: 0,2

Střední efekt: 0,5

Velký efekt: 0,8²⁰

Z této hodnoty lze vyvodit, že rozdíl v používání aktivních mediálních strategií mezi rodiči s vyšším vzděláním a rodiči s nižším vzděláním je středního rozsahu.

5.2 Kvalitativní výzkum

Výzkumné otázky stanovené v kvalitativní části výzkumu postihují hlubší pohled rodičů. Řeší to, jakým způsobem rodiče reagují na digitální technologie v domácím prostředí a zda

²⁰ <https://rpsychologist.com/cohend/>

existují rozdíly u jednotlivých médií. První část výzkumných zjištění (označená jako 5.2.1) poskytuje hlubší pohled do rodičovských mediálních strategií a reaguje na výzkumné otázky. Pochopením těchto otázek se práce snaží poskytnout vhled do toho, zda a jak rodiče hledají rovnováhu v digitálním světě svých dětí. Odpovědi na stanovené otázky mohou umožnit lépe pochopit vnímání rizik, rodičovských způsobů omezování, výhod a vzdělávacího potenciálu spojeného s používáním digitálních technologií dětmi ve věku 6–9 let.

5.2.1 Zjištění – výzkumné otázky

O1 Liší se rodičovské strategie v závislosti na médiu?

Strategie se liší v závislosti na typu zařízení: například pro tablety a telefony jsou pravidla přísnější než pro televizi. Vyplývá z toho, že rodiče uplatňují různé strategie s ohledem na typ zařízení, přičemž tablety a telefony často podléhají přísnějším pravidlům než televize.

„Ano, moje strategie se určitě liší v závislosti na typu média, které můj syn používá.“

- toto tvrzení jasně ukazuje na to, že rodič mění strategii v závislosti na typu média

„Například pro tablet máme striktnější pravidla ohledně času stráveného hraním her než pro sledování vzdělávacích videí na televizi. U televize se snažíme omezit jen sledování na konkrétní programy.“

- toto tvrzení dokazuje, že pravidla pro televizi nepodléhají tak přísnému dohledu jako u tabletu, kde je omezení i časové.

„Dostane se vlastně k tabletu, ale to je hodně velká výjimka, to máme třeba na cestování, to máme na upoutání pozornosti, aby se nenudilo cestou v autě.“

- specifické omezení přístupu k tabletu

„Máme pravidlo, že můj syn může strávit maximálně hodinu denně na tabletu během školních dnů a trochu více o víkendech.“

- specifické omezení času pro používání tabletu

„... o víkendu mají k dispozici televizi, než já vstanu. To znamená, že oni vstanou třeba v půl osmé, a řekněme třeba do půl desáté, mají volnou ruku, bohužel.“

- tvrzení, kdy pravidla pro používání televize jsou méně restriktivní a obsah může být konzumován libovolně

„Jako úplně že by jsme tu televizi nějak striktně hlídali, tak to ne.“

- potvrzující tvrzení o větší benevolenci při používání televize

„Věřím, že každé médium má své vlastní výhody a rizika, a proto je důležité přizpůsobit strategie tak, aby vyhovovaly konkrétním potřebám a situacím.“

- tato věta jasně potvrzuje, že dle různých médií rodič přizpůsobuje svou strategii

„Ano, jsem velkým zastáncem stanovování hranic, když jde o čas strávený s technologiemi.“

- tato věta ukazuje, že rodič používá omezení času, aby ovlivnil potenciální rizika spojená s používáním různých typů technologií

„Ano, snažím se ovlivňovat obsah, který můj syn sleduje a jaké hry hraje.“

- rodič aktivně zasahuje do výběru obsahu, opět s cílem ovlivnit potenciální rizika spojená s používáním různých typů technologií

Někteří rodiče mají specifické strategie pro různé typy obsahu na různých zařízeních, například preferují vzdělávací obsah na tabletech oproti televizi.

„... iPad je náš, půjčujeme mu ho. Má tam aplikaci se školními úkoly a pohádky.“

- tvrzení, kdy je tablet používán pro vzdělávací cíle

„Na televizi má hodinu denně PlayStation, kde hraje Minecraft. A ten iPad má hlavně na aplikaci angličtiny.“

- tvrzení dokazující, že tablet je primárně určen pro vzdělávací aplikaci a televize (PlayStation) pro hry

„Doma se dostane k telefonu, kde máme nainstalovaný aplikace pro děti, logopedii, protože jsme se snažili připravit na tu první třídu, ta ho baví do dneška.“

- tvrzení potvrzující vzdělávací obsah konzumovaný přes tablet

„Televizi používá, má ji v pokoji, ale televizi čistě za odměnu. Pouští se to před tím, než jdou spát, třeba hodku, nebo hodku a půl, když teda nezlobí, když jsou hodný, je všechno v pořádku, když je ve škole všechno v pořádku, i ve sportu, tak pak dostanou za odměnu pohádku jako na spaní. Ale je to tam striktně daný. Je osm hodin, tak to vypínáme. Vedle televize mají hodiny, musí přesně v osm vypnout.“ (Rodič zde hovoří o dvou dětech, kdy jedno je ze zkoumané věkové kategorie a druhé je mladší).

- tvrzení dokazující konzumování televizního obsahu pro volný čas, v tomto případě před spaním

O2 Vnímají rodiče negativa spojená s používáním digitálních technologií v závislosti na různých typech zařízení?

Rodiče vyjadřují obavy z nekontrolovaného obsahu v televizi ve srovnání s mobilními zařízeními, kde mají více kontroly.

„Dalo by se říct, že možná trochu víc z té televize než tabletu a tím, že nemají ten mobil, až budou mít k dispozici mobil, tak to budu mít asi pak obavy z něj.“

- tvrzení dokazující, že mají větší obavy z používání televize než tabletu, který je pod kontrolou rodiče

„Míň se bojím toho telefonu a tabletu, těchletých zařízení než té televize, protože televize je neřízená střela. Tam běží pohádka a bambilion reklam a třeba nevhodných pro tu pohádku, tam to nikdo neřeší, tam to prostě jede. Televize prostě obsahuje tolik podprahových záběrů pro tu mentalitu člověka. Když používá můj nebo manželův telefon, tak ho dostane v upravený verzi. Zaheslovaný, zamknutý. Má svůj vytříděný profil. Zajímaj ho samozřejmě všechny ikonky, je to barevný, lákavý. Ale u tohletoho zařízení, že když si dá rodič trochu záležet a zajímá ho to, tak to jde udělat tak, aby se dítě nikam nedostalo. Na tabletu jsou to rodičovské kontroly, kontrola obsahu. Když ho dostává, tak to dostává jen v offline verzi, to znamená bez připojení k internetu. Když má telefon, tak ten online má, ale tam jsme se u některých aplikací dopracovali k tomu, abychom měli zaplacený, aby tam neskákali reklamy.“

- tvrzení kompletně potvrzující obavy z nekontrolovaného obsahu na televizi ve srovnání s ostatními zařízeními

Negativa jsou vnímána rodiči různě s ohledem na obsah i na typ zařízení

„Asi bych neřekla, že ze zařízení. Spíš to vnímám jako obavy z obsahu a toho použití. Třeba i whatsapp, kde si píše s kámošema, může způsobit problémy.“

- tvrzení, kdy jsou negativa vnímána skrze konzumovaný obsah

„Spíš z těch aplikací než z těch samotných technologií. Vadí mi třeba, že nemohu plně kontrolovat YouTube. Jako třeba například na počítači mám hry a aplikace pod kontrolou, protože prostě vím, o čem jsou, ale třeba YouTube jako webový obsah, který nemohu nikdy

plně kontrolovat, tak to je to, co mi vadí a z čeho mám obavy. Takže to není o těch jednotlivých technologiích...“

- *tvrzení, kdy jsou negativa vnímána skrze konzumovaný obsah*

„Dalo by se říct, že možná trochu víc (vnímám negativa) z té televize, než tabletu...“

- *tvrzení, kde jsou negativa vnímána dle typu zařízení*

O3 Vnímají rodiče pozitiva spojená s používáním technologií odlišně v závislosti na různých typech zařízení?

Rodiče vnímají vzdělávací hodnotu a rozvoj dovedností u her a aplikací na tabletech a telefonech.

„A ten iPad má hlavně na aplikaci angličtiny.“

„... Jo a taky má na telefonu a tabletu apku Duolingo, ta je na jazyky, ta ho teď baví.“

„... a na tabletu taky hraje Minecraft, ten já osobně schvaluju, má tam jen ten creative mód, bez zombiků, tak to je dobrý.“

„Doma se dostane k telefonu, kde máme nainstalovaný aplikace pro děti, logopedii, protože jsme se snažili připravit na tu první třídu, ta ho baví do dneška“

„iPad je náš, půjčujeme mu ho. Má tam aplikaci se školními úkoly“

Rodiče vnímají televizi jako volnočasovou zábavu, v případě televize se nesnaží o zásadní vzdělávací hodnoty.

„Televizi používá, má ji v pokoji, ale televizi čistě za odměnu... tak pak dostanou za odměnu pohádku jako na spaní.“

- *tvrzení potvrzující televizi jako volnočasovou aktivitu*

„Televizi když tak až večer, normálně pohádku, ale o víkendu mají k dispozici televizi, než já vstanu. To znamená oni vstanou třeba v půl osmé, a řekněme třeba do půl desáté mají volnou ruku, bohužel.“

- *tvrzení potvrzující televizi jako volnočasovou aktivitu*

„Na televizi má hodinu denně PlayStation, kde hraje Minecraft.“

- *tvrzení potvrzující televizi jako volnočasovou aktivitu – hraní hry*

To je mimo ten čas, televizi má jen u tatínka, doma ji nemá. Tam se to nějak úplně neomezuje, ale oni na televizi nekoukají, oni si hrajou. Nebo si pouštějí pohádky, ale někdy si pouští i fotbal.

- tvrzení potvrzující televizi jako volnočasovou aktivitu

„Jako úplně že by jsme tu televizi nějak striktně hlídali, tak to ne. Ale já si myslím, že on taky na to nemá tolik času. Tak jestli denně třeba večer většinou pohádky. Takový to před spaním, že mu to dovolíme. Třeba Večerníček.

- tvrzení potvrzující televizi jako volnočasovou aktivitu

„U televize se to kontroluje hůř, tam to popravdě úplně nehlídám, co se týká toho času, někdy kouká i s náma nebo s malou ségrou, většinou je to jakoby z nudy, když zrovna nemá jakoby nic na práci.

- tvrzení potvrzující televizi jako volnočasovou aktivitu

Obecně se zdá, že rodiče vnímají mobilní zařízení jako méně problematické v porovnání s televizí (to je ale pravděpodobně dáno tím, že mobilní telefon je z velké části půjčován rodičem a jeho používání je tedy pod jeho dohledem a často off-line).

Všechny výše uvedené poznatky poukazují na to, že rodiče rozlišují mezi různými typy technologií. Zároveň jsou schopni hodnotit a reagovat na jimi vnímané výhody a rizika každého zařízení. Zdá se, že je to dynamický proces a je klíčovou součástí toho, jak rodiče dennodenně hledají rovnováhu v digitálním používání technologií svými dětmi.

5.2.2 Zjištění – kategorizace účastníků

Na základě tematické analýzy uvedené v části 5.2.1 bylo přistoupeno ke kategorizaci jednotlivých participantů rozhovorů do dvou skupin, a to rodiče, u nichž převažují aktivní mediální rodičovské prvky, a rodiče, u nichž převažují restriktivní rodičovské prvky mediální strategie.

Participant č. 1 Monika

Na základě zjištění z hloubkového rozhovoru je tento participant označen jako – Převažující prvky aktivní mediální strategie.

Rozhovor s Monikou obsahoval jak prvky aktivní, tak i restriktivní mediální strategie. V rozhovoru byly identifikovány výraznější prvky aplikace aktivní mediální strategie.

Identifikované převažující prvky: Podpora vzdělávacího a interaktivního obsahu, diskuse o mediálních zkušenostech a sdílení názorů, učení dítěte kriticky přemýšlet, diskuse o bezpečnosti na internetu, rodič jako příklad zdravého užívání technologií, nastavená pravidla a jejich aktualizace na základě vývoje dítěte a situace, flexibilita ve změně pravidel, pokud to situace vyžaduje.

Participant č. 2 Lucka

Na základě zjištění z hloubkového rozhovoru je tento participant označen jako Převažující prvky aktivní mediální strategie.

Rozhovor s Luckou obsahoval jak prvky aktivní, tak i restriktivní mediální strategie. V tomto rozhovoru byl kladen velký důraz na prvky aktivní mediální strategie, navíc podložené znalostmi a argumenty v oblasti mediálního vzdělávání dětí.

Identifikované převažující prvky: diskuse o mediálních zkušenostech a o hrách, přednost vzdělávacímu a interaktivnímu obsahu, který podporuje učení, diskuse o tom, jak mohou média ovlivňovat názory a chování lidí/děti, nastavená pravidla a jejich aktualizace na základě vývoje dítěte a situace.

Participant č. 3 Martina

Na základě zjištění z hloubkového rozhovoru je tento participant označen jako Převažující prvky restriktivní mediální strategie.

Rozhovor s Martinou obsahoval prvky aktivní i restriktivní mediální strategie s mírnou převahou prvků restriktivních. Z rozhovoru vyplynulo, že Martina není rodičem, pro kterého je mediální strategie v rodině tématem. Roli toho, kdo více ovlivňuje mediální chování dítěte, zde hrál otec.

Identifikované převažující prvky: omezování času a obsahu.

Participant č. 4 Gabriela

Na základě zjištění z hloubkového rozhovoru je tento participant označen jako Převažující prvky restriktivní mediální strategie.

Identifikované převažující prvky: časová i obsahová pravidla, použití médií jen za odměnu, kontrola obsahu.

Participant č. 5 Karolína

Na základě zjištění z hloubkového rozhovoru je tento participant označen jako Převažující prvky aktivní mediální strategie.

Identifikované převažující prvky: diskuse o mediálních zkušenostech a o hrách, přednost je dávana vzdělávacímu a interaktivnímu obsahu, který podporuje učení, společné mediální aktivity.

Participant č. 6 Romana

Na základě zjištění z hloubkového rozhovoru je tento participant označen jako Převažující prvky aktivní mediální strategie.

Identifikované převažující prvky: diskuse o mediálních zkušenostech a o hrách, přednost je dávana vzdělávacímu a interaktivnímu obsahu, který podporuje učení, společné mediální aktivity, nastavená pravidla a jejich aktualizace na základě vývoje dítěte a situace, zdravý vztah k médiím prostřednictvím vlastního chování, představování edukativních aplikací a webových stránek.

Participant č. 7 Veronika

Na základě zjištění z hloubkového rozhovoru je tento participant označen jako Převažující prvky aktivní mediální strategie.

Identifikované převažující prvky: zdravý vztah k médiím prostřednictvím vlastního chování, omezení vlastního času stráveného s médii, propojování on-line aktivit s reálnými činnostmi, podpora v podobě edukativní literatury, diskuse o mediálních zkušenostech a o hrách, přednost vzdělávacímu a interaktivnímu obsahu, který podporuje učení, společné mediální aktivity, nastavená pravidla a jejich aktualizace na základě vývoje dítěte a situace.

5.3 Integrace dat – výsledková triangulace

Integrace dat zahrnuje syntézu kvantitativních a kvalitativních dat, která byla získána a analyzována v předchozích krocích. Integrace je provedena pomocí výsledkové triangulace, kdy jsou výsledky z obou metod srovnány, je hledána shoda, a to může vést k potvrzení zjištění.

Aktivní mediální strategie byla vypočtena jako průměr odpovědí na položky dotazníku označené jako MP1, MP2, MP3, MP6, MP7, MP8 a MP9.

Restriktivní mediální strategie byla vypočtena jako průměr odpovědí na položky dotazníku označené jako MP11, MP12, MP13, MP14, MP16, MP17, MP18 a MP19.

Kvantitativní data

Tabulka 4 Výpočet průměrných hodnot Aktivní mediální a Restriktivní mediální strategie

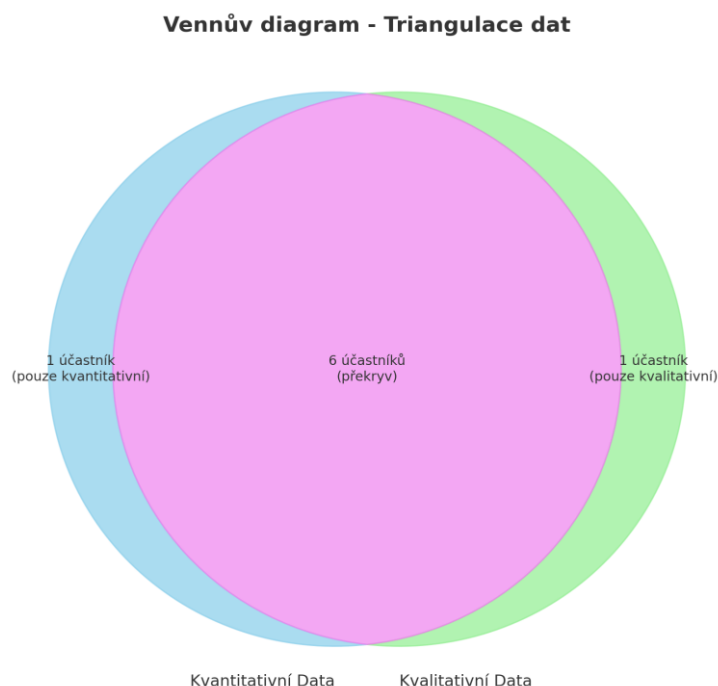
Účastníci	Aktivní mediální strategie – průměr	Restriktivní mediální strategie – průměr
MONIKA	5	3,12
LUCKA	5	4,62
MARTINA	4,42	4,37
GABINA	4,85	5
KAROLINA	5	4,5
ROMANA	4,42	4,12
VERONIKA	4,42	3,75

Tučně vyznačená je vyšší hodnota.

Kvalitativní data

Tabulka 5 Kvalitativní vyhodnocení převažující mediální strategie u participantů rozhovorů

Participant	Mediální strategie
Monika	Převažující prvky aktivní mediální strategie
Lucka	Převažující prvky aktivní mediální strategie
Martina	Převažující prvky restriktivní mediální strategie
Gabriela	Převažující prvky restriktivní mediální strategie
Karolína	Převažující prvky aktivní mediální strategie
Romana	Převažující prvky aktivní mediální strategie
Veronika	Převažující prvky aktivní mediální strategie



Graf 5 Vennův diagram - Triangulace dat

Vennův diagram reprezentuje triangulaci mezi kvantitativními a kvalitativními daty sedmi účastníků výzkumu. Kvantitativní data byla získána dotazníkem na rodičovské mediální strategie a kvalitativní data rozhovorem, který poukázal na převládající mediální strategii u daného účastníka.

Diagram ukazuje, že šest účastníků má konzistentní kvantitativní a kvalitativní data, což naznačuje shodu v jejich hodnocení (plynoucího z rozhovoru) a subjektivním hodnocení jejich mediálních strategií (na základě dotazníku). Jeden účastník má nesrovnalost mezi kvantitativním hodnocením a kvalitativním popisem, což je zobrazeno odděleně na každé straně diagramu. Každý kruh reprezentuje jednu datovou sadu.

Tento účastník, který se nachází mimo překryv, představuje jedinečný případ, kde kvantitativní hodnocení neodráží plně kvalitativní interpretaci jeho mediální strategie.

Diagram efektivně ilustruje, jak se obě dvě metody použití ve výzkumu doplňují a poskytuje vizuální přehled o soudržnosti dat mezi účastníky.

Dále byla provedena integrace dat pro zjištění, zda jsou data v souladu se zjištěním o hypotéze H6, tedy že rodiče s vyšším vzděláním mají tendenci více aplikovat aktivní mediální strategie ve srovnání s rodiči s nižším vzděláním.

Integrace je provedena pomocí výsledkové triangulace, kdy jsou výsledky z obou metod srovnány, je hledána shoda, a to může vést k potvrzení zjištění.

Tabulka 6 Vzdělání a převažující mediální strategie jednotlivých participantů rozhovorů

Participant	Vzdělání	Mediální strategie
Monika	Vysokoškolské	Převažující aktivní mediální strategie
Lucka	Vyšší odborné	Převažující aktivní mediální strategie
Martina	Středoškolské	Převažující restriktivní mediální strategie
Gabriela	Středoškolské	Převažující restriktivní mediální strategie
Karolína	Vysokoškolské	Převažující aktivní mediální strategie
Romana	Vysokoškolské	Převažující aktivní mediální strategie
Veronika	Vysokoškolské	Převažující aktivní mediální strategie

Výše uvedená tabulka dokládá soulad s daty získanými v kvantitativní části výzkumu. Uvedená data uvádí shodu v souladu s hypotézou H6, tedy že rodiče s vyšším vzděláním mají tendenci více aplikovat aktivní mediální strategie ve srovnání s rodiči s nižším vzděláním.



Graf 6 Srovnání vzdělání participantů a převažující mediální strategie

Zde je patrné, že všichni participanté ve skupině „vyšší odborné a vysokoškolské“ mají převažující aktivní mediální strategii, zatímco všichni participanté ve skupině „základní a středoškolské“ mají převažující restriktivní mediální strategii.

Tabulka č. 6 a graf č. 6 dokládají soulad s daty získanými v kvantitativní části výzkumu. Byla nalezena shoda a zjištění o hypotéze H6 bylo potvrzeno.

Uvedená data uvádějí shodu v souladu s hypotézou H6, tedy že rodiče s vyšším vzděláním mají tendenci více aplikovat aktivní mediální strategii ve srovnání s rodiči s nižším vzděláním.

6 Limity výzkumu

Výzkum má několik omezení, která je třeba vzít v úvahu při interpretaci zjištěných výsledků.

Výzkum se zaměřuje pouze na názory ze strany rodičů a na to, jakým pohledem oni sami vnímají rodinnou mediální ekologii, nejsou zde zahrnuty perspektivy dětí ani jiných členů rodiny. Jiní členové rodiny by mohli mít odlišný pohled na mediální prostředí a na to, jak děti v rámci rodiny mediální technologie využívají. Dalším limitem práce je pouhý odhad rodičů o čase, který jejich děti tráví s technologiemi. Rodiče nemusí být schopni přesně odhadnout, kolik času jejich děti tráví s technologiemi. Odhad může být ovlivněn několika faktory, mezi ně lze zařadit i vlastní názor rodiče na přiměřené využití technologií dětmi. Za další limit lze považovat úzký profil respondentů v rámci demografické skupiny, kde velká část respondentů je z lokality stejného města a jeho okolí, a dále většina participantů disponuje vysokoškolským vzděláním.

Použití dotazníků pro sběr dat v kvantitativní části výzkumu má své výhody, ale také omezení, včetně možnosti zkreslení odpovědí účastníků. Rodiče-participantů mohou být v rámci odpovědí na přístup k mediálním strategiím svých dětí náchylní k sociálně žádoucím odpovědím. Za zkreslením odpovědí mohou být i potíže rodičů s přesným vzpomínáním na určité informace.

V rámci subjektivního sebehodnocení mediálních kompetencí rodičů si je autorka práce vědoma, že nejde o validní prověření mediální gramotnosti rodiče. Cílem práce je zaměření na specifické aspekty rodičovských mediálních strategií, a ne na detailní analýzu znalostí rodičů v oblasti jejich mediálních kompetencí.

Za limit u kvalitativní části výzkumu je považována nutnost setkat se, tedy dojet do místa společného setkání, což může být pro některé participanty překážkou. Z důvodu osobnějšího a hlubšího porozumění byl při rozhovorech preferován osobní kontakt oproti online způsobu. Pouze dva rozhovory byly provedeny on-line formou.

Jako další a klíčový limit práce jsou považováni rodiče, kteří mohou být v rámci odpovědí na přístup k mediálním strategiím u svých dětí náchylní k sociálně žádoucím odpovědím. Za zkreslením odpovědí mohou být i potíže rodičů s přesným vzpomínáním na určité situace. Za další limit lze považovat úzký profil respondentů v rámci demografické skupiny, kde velká část respondentů žije ve stejném městě.

7 Diskuse

Práce se zaměřila na nalezení možných rozdílů v rodičovských mediálních strategiích a rozdílů u používání jednotlivých médií u dětí ve věkové kategorii 6–9 let. Rozdíly v rodičovských mediálních strategiích byly řešeny kvantitativním výzkumem. Kvantitativní výzkum se zaměřil na kategorizaci rodičů podle jejich převažující mediální strategie a zkoumal vliv vybraných rodičovských charakteristik na tyto strategie. Jednou z klíčových charakteristik bylo sebehodnocení mediálních znalostí rodičů, kde bylo předpokládáno, že rodiče s vyššími mediálními znalostmi uplatňují aktivní mediální strategii. Naopak se očekávalo, že rodiče, kteří hodnotí své mediální znalosti jako nižší, neuplatňují žádnou specifickou mediální strategii. Hypotézy se dále zabývaly staršími rodiči a tím, zda mají spíše tendenci častěji aplikovat restriktivní mediální strategii, nebo zda se mladší rodiče častěji přiklánějí k aktivní strategii. Vzdělání rodičů bylo poslední charakteristikou, kde hypotézy řešily, zda hraje roli vzdělání rodičů. A to konkrétně zda rodiče se základním vzděláním neaplikují mediální strategie oproti rodičům s vyšším vzděláním, zda se více přiklánějí k aktivní strategii. Hlubší poznání toho, jak jednotlivá média používají děti ve stanovené kategorii, bylo řešeno kvalitativním výzkumem. Tematická analýza dat vedla ke kategorizaci rodičů dle převládajících prvků charakteristických pro mediální strategii a k porozumění, zda se rodičovské strategie liší v závislosti na konkrétním médiu. Zároveň řešila, zda se vnímání rodičů o negativních a pozitivních aspektech technologií liší podle druhu zařízení.

Ve výzkumu je odhaleno několik zajímavých zjištění ohledně toho, jak rodiče uplatňují mediální strategie ve výchově svých dětí. Bylo zjištěno, že rodiče, kteří sami sebe považují za rodiče s vyšší mediální znalostí, častěji přistupují k mediální výchově aktivně a přiklánějí se k prvkům aktivní mediální strategie. Tato aktivní mediální strategie se projevuje větší angažovaností v procesu výběru a používání médií společně s dětmi, což je ve srovnání s rodiči, kteří mají nižší mediální znalosti, pozitivní trend.

I když by se mohlo zdát, že s rostoucím věkem rodičů by mohly být jejich strategie restriktivnější, dostupná data tuto hypotézu nepotvrzují. Stejně tak nebyl prokázán výrazný vztah mezi nižším věkem rodičů a aplikací aktivní mediální strategie. Vzdělání rodičů se však ukázalo jako významný faktor – ti s vyšším vzděláním mají tendenci více uplatňovat aktivní mediální strategie v porovnání s rodiči s nižším vzděláním.

Zajímavým zjištěním je, že rodiče přistupují k různým typům zařízení odlišně. Pro tablety a telefony jsou stanovena přísnější pravidla než pro televizi, což naznačuje, že rodiče mají tendenci více regulovat zařízení, která jsou pro děti snadno přenosná a přístupná. Tato pravidla se mohou týkat jak časového vymezení užívání těchto zařízení, tak i typu obsahu, který je na nich dostupný.

Někteří rodiče jdou ještě dále a uplatňují specifické strategie pro různé typy obsahu na různých zařízeních. Například vzdělávací obsah je preferován na tabletech, zatímco televize slouží spíše pro volnočasovou zábavu. Rodiče také vyjadřují obavy z možnosti nekontrolovaného přístupu k obsahu v televizi, na rozdíl od mobilních zařízení, kde cítí větší kontrolu nad tím, co jejich děti sledují.

Vnímání negativních aspektů médií se liší nejen s ohledem na obsah, ale i na typ zařízení. Přestože rodiče vnímají vzdělávací hodnotu a rozvoj dovedností u her a aplikací na tabletech a telefonech, televizi stále považují především za zdroj zábavy a méně se snaží o zásah do výběru obsahu s přidanou vzdělávací hodnotou.

Zjištění výzkumu zaměřeného na sociodemografické charakteristiky rodičů a jejich vliv na mediální strategie korespondují se závěry výzkumu Kalabiny z roku 2021. Kalabina dospěla k závěru, že faktory jako věk, pohlaví a digitální gramotnost rodičů jsou důležité pro pochopení, jak se rodiče rozhodují v oblasti mediální výchovy.

V souladu se studií Livingstone z roku 2017 výzkum potvrdil, že rodiče, kteří hodnotí své mediální dovednosti jako omezené, mají tendenci aplikovat více restriktivní prvky, zatímco ti s vyššími mediálními znalostmi preferují strategii povzbuzující a nabízející podporu při používání médií dětmi.

Ve výzkumu nebyl nalezen výrazný vztah mezi věkem rodičů a aplikovanou mediální strategií, což je v souladu s tím, že v rámci rešerše dosavadních poznatků, nebyla nalezena zásadní studie, která by tento vztah potvrzovala.

V souladu s doporučením Zamana z roku 2016 práce doporučuje, aby se budoucí výzkum více zaměřil na situační kontext. Značná část výzkumů, stejně tak i částečně tato diplomová práce, zohledňuje sociodemografické aspekty rodičů, ale přehlíží konkrétní situace a kontext.

Za zásadní limit výzkumu práce považuje náchylnost rodičů k sociálně žádoucím odpovědím k tématu jejich přístupu k mediálním strategiím a potíže s přesným vzpomínáním na určité informace. Tyto limity mohou vést ke zkreslení odpovědí a výsledků.

Jako další výzkumný směr, který by mohl prohloubit nebo rozšířit zjištění výzkumu, by mohly být studie zaměřené na mediální působení sourozenců na dítě s ohledem na různé věkové kategorie.

Výsledky výzkumu přispěly k hlubšímu porozumění rodičovských mediálních strategií v éře digitalizace. Naznačily, jak se rodičovské mediální znalosti promítají do aplikovaných mediálních strategií, a poukázaly na to, že mediální vzdělávání rodičů by mohlo být klíčem k posílení mediální resilience u dětí. Práce osvětluje množství faktorů, které ovlivňují rodičovský přístup k mediální výchově. Také zdůrazňuje, že není možné zvolit jednotný přístup, který by vyhovoval každé rodině. Každý rodič se potýká s jedinečným souborem výzev a očekávání, což ztěžuje nalezení univerzální mediální strategie.

Závěr

V diplomové práci jsem se soustředila na pohled na rodičovské mediální strategie v kontextu rodinného prostředí, přičemž jsem věnovala zvláštní pozornost vlivu charakteristik rodičů na specifika používání digitálních technologií u dětí ve věkové kategorii 6–9 let. Toto prozkoumání zahrnovalo analýzu různých aspektů, včetně mediálních kompetencí rodičů a sociodemografických charakteristik rodičů. Rodiče hrají klíčovou roli v digitálním světě svých dětí. Jejich přístupy, rozhodování a strategie jsou zásadní pro to, aby jejich děti mohly vyrůstat v prostředí, kde jsou technologie využívány zodpovědně a prospěšně.

Výzkum došel k závěru, že rodičovské mediální strategie jsou vysoce individuální a variabilní. Rodiče často rozlišují mezi různými typy technologií a jsou schopni aktivně hodnotit a reagovat na vnímané výhody a rizika každého zařízení. Výzkum ukázal, že pravidla pro používání tabletů a telefonů jsou často přísnější než pravidla pro sledování televize, což naznačuje diferencovaný přístup k různým médiím.

Zároveň výzkum zaznamenal, že rodiče rozlišují mezi různými typy obsahu na různých zařízeních. Obzvláště vzdělávací obsah na tabletech je často preferován oproti obsahu v televizi, který je vnímán spíše jako zdroj volnočasové zábavy. Tento rozdíl v přístupu poukazuje na to, že rodiče nejen pasivně přijímají technologie, ale aktivně se snaží o vytvoření vhodného mediálního prostředí pro své děti.

Výzkum také naznačil, že rodiče vyjadřují různé obavy a vnímají negativa spojená s používáním digitálních technologií. Tyto obavy se liší v závislosti na typu zařízení. Větší obavy rodiče zmiňovali u nekontrolovaného obsahu v televizi ve srovnání s mobilními zařízeními, kde mají rodiče více kontroly. Dále také naznačil, že rodiče jsou schopni hodnotit a reagovat na výhody i nevýhody každého zařízení, což je dynamický proces, který je klíčovou součástí toho, jak rodiče dennodenně hledají rovnováhu v digitálním světě svých dětí.

Rodiče hrají klíčovou roli v digitálním světě svých dětí. Jejich přístupy, rozhodování a strategie jsou zásadní pro to, aby jejich děti mohly vyrůstat v prostředí, kde jsou technologie využívány zodpovědně a prospěšně.

Výsledky výzkumu přispěly k hlubšímu porozumění rodičovských mediálních strategií v éře digitalizace. Naznačily, jak se rodičovské mediální znalosti promítají do aplikovaných

mediálních strategií, a poukázaly na to, že mediální vzdělávání rodičů by mohlo být klíčem k posílení mediální resilience u dětí. Práce osvětluje množství faktorů, které ovlivňují rodičovský přístup k mediální výchově. Také zdůrazňuje, že není možné zvolit jednotný přístup, který by vyhovoval každé rodině. Každý rodič se potýká s jedinečným souborem výzev a očekávání, což ztěžuje nalezení univerzální mediální strategie.

Diplomová práce přispívá k lepšímu pochopení toho, jak se rodiče pohybují ve složitém světě médií a technologií a jak všechny uvedené faktory ovlivňují jejich rozhodování a chování v rodinném prostředí.

Seznam použité literatury a zdrojů

ALADÉ, Fashina and Amy I. NATHANSON. 2016. What Preschoolers Bring to the Show: The Relation Between Viewer Characteristics and Children's Learning from Educational Television. *Media psychology* [online]. ABINGDON: Routledge, **19**(3), 406-430.

ANDERSON, Daniel R., Elizabeth Pugzles LORCH, Diane Erickson FIELD a Jeanne SANDERS. The Effects of TV Program Comprehensibility on Preschool Children's Visual Attention to Television. *Child Development* [online]. 1981, **52**(1) [cit. 2023-11-17]. ISSN 00093920. Dostupné z: doi:10.2307/1129224

ANDERSON, D. R., & PEMPEK, T. A. (2005). Television and Very Young Children. *American Behavioral Scientist*, **48**(5) [cit. 2023-11-17]. 505-522. <https://doi.org/10.1177/0002764204271506>

AUSTIN, Erica Weintraub. Exploring the effects of active parental mediation of television content. *Journal of Broadcasting & Electronic Media* [online]. 1993, **37**(2), 147–158 [cit. 2023-11-17]. ISSN 0883-8151. Dostupné z: doi:10.1080/08838159309364212

BEYENS, I., KEIJERS, L., & COYNE, S. M. 2022. Social media, parenting, and well-being. *Current Opinion in Psychology*, 47, 101350. Dostupné z: <https://doi.org/10.1016/j.copsyc.2022.101350>

BRDIČKA, Bořivoj. *Jste rezident nebo návštěvník?* Rvp.cz [online]. 31. 10. 2011 [cit. 2023-12-25]. ISSN: 1802-4785. Dostupné z: <http://spomocnik.rvp.cz/clanek/14339/>.

BRITO, Rita, Rita FRANCISCO, Patrícia DIAS a Stephane CHAUDRON. Family Dynamics in Digital Homes: The Role Played by Parental Mediation in Young Children's Digital Practices Around 14 European Countries. *Contemporary Family Therapy* [online]. 2017, **39**(4), 271-280 [cit. 2023-11-17]. ISSN 0892-2764. Dostupné z: doi:10.1007/s10591-017-9431-0

BROWN, Ari. Media Use by Children Younger Than 2 Years. *Pediatrics* [online]. 2011, 2011-11-01, **128**(5), 1040-1045 [cit. 2023-11-17]. ISSN 0031-4005. Dostupné z: doi:10.1542/peds.2011-1753

BUCKINGHAM, David and Rebekah WILLET. 2006. *Digital generations: children, young people and new media*. New York: Routledge, xii, 337.

BYBEE, Carl, James D. ROBINSON and Joseph TUROW. 1985. The Effects of Television on Children: What the Experts Believe. *Communication research reports* [online]. **2**(1), 149–155.

COLLIER, Kevin M., Sarah M. COYNE, Eric E. RASMUSSEN, Alan J. HAWKINS, Laura M. PADILLA-WALKER, Sage E. ERICKSON a Madison K. MEMMOTT-ELISON. Does parental mediation of media influence child outcomes? A meta-analysis on media time, aggression, substance use, and sexual behaviour. *Developmental Psychology* [online]. 2016, **52**(5), 798-812 [cit. 2023-11-17]. ISSN 1939-0599. Dostupné z: doi:10.1037/dev0000108

COOK, Shayna. 2016. *Integrating Technology in Early Literacy: A Snapshot of Community Innovation in Family Engagement*. New America, 28 p.

COYNE, Sarah M., Alexander C. JENSEN, Nathan J. SMITH a Daniel H. ERICKSON. Super Mario brothers and sisters: Associations between coplaying video games and sibling conflict and affection. *Journal of Adolescence* [online]. 2016, **47**(1), 48–59 [cit. 2023-11-17]. ISSN 0140-1971. Dostupné z: doi:10.1016/j.adolescence.2015.12.001

ČAPEK, Jan a Markéta ČAPKOVÁ. *Pozitivní výchova sourozenců v rodině*. Praha: Portál, 2010. Rádcí pro rodiče a vychovatele. ISBN 978-80-7367-779-4.

ČESÁLKOVÁ, Lucie. *Film před tabulí: idea školního filmu v prvorepublikovém Československu*. Praha: Národohospodářský ústav Josefa Hlávky, 2010. Studie (Národohospodářský ústav Josefa Hlávky). ISBN 978-80-86729-57-2.

ČESKÁ TELEVIZE. Historie České televize od roku 1953 [online]. [cit. 2023-11-19]. Dostupné z: <https://www.ceskatelevize.cz/vse-o-ct/historie/televizni-technika/technicky-vyvoj-televize-v-datech-a-souvislostech/>

DAVIES, John J. a Douglas A. GENTILE. Responses to Children's Media Use in Families with and Without Siblings: A Family Development Perspective. *Family Relations* [online]. 2012, **61**(3), 410–425 [cit. 2023-11-17]. ISSN 0197-6664. Dostupné z: doi:10.1111/j.1741-3729.2012.00703.x

EBSCOhost [online]. Ebsco Publishing, 2021[cit. 2023-11-17] Dostupné z: <https://web-s-ebscohost-com>

ERIC (*Education Resources Information Center*) [online]. Institute of Education Sciences, 2021 [cit. 2023-11-17]. Dostupné z: <https://eric.ed.gov/>

GEE, Elisabeth, Lori M. TAKEUCHI, Sinem SIYAHHAN, Briana ELLERBE, Lori M. TAKEUCHI a Ellen WARTELLA. The Influence of Siblings on the Digital Media Ecology of Latino Children. In: GEE, Elisabeth, ed. *Children and Families in the Digital Age* [online]. Routledge, 2017, 2017-11-6, s. 37–55 [cit. 2023-11-17]. ISBN 9781315297170. Dostupné z: doi:10.4324/9781315297170-3

GENTILE, Douglas A., COYNE, David A. and WALSH, Debra L. Parents' monitoring of their children's media use: a study of parental mediation. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*. 1991, **35**(1), s. 31–45. ISSN 0883-8151.

GENTILE, Douglas A., David A. COYNE a Debra L. WALSH. Parents' monitoring of their children's media use: a study of parental mediation. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 1991, roč. 35, č. 1, s. 31–45. ISSN 0883-8151.

Google Scholar [online]. 2021 [cit. 2023-11-17]. Dostupné z: <https://scholar.google.com/>

HAVLÍK, Radomír a Jaroslav KOŤA. *Sociologie výchovy a školy*. Vyd. 3. Praha: Portál, 2011. ISBN 978-80-262-0042-0.

HELSPER, E. a kol. (2013). Country classification: opportunities, risks, harm and parental mediation. EU Kids online. London: The London School of Economics and *Political Science*. [cit. 2023-02-03]. Dostupné z: http://eprints.lse.ac.uk/52023/1/Helsper_Country_classification_opportunities_2013.pdf.

HISH, Alexander J, WOOD, Charles T., HOWARD, Janna. et al. Infants who watch television become toddlers who watch more television: screen time patterns in the Greenlight Study. *Pediatrics*. July 2020, Vol. 146, No. 1_MeetingAbstract, s. 32–33. DOI 10.1542/peds.146.1MA1.32b.

Into the minds of babes; how screen time affects children from birth to age five. 2007. *Reference & Research Book News* [online]. Portland: Ringgold, **22**(4).

JAGO, Russell, Mark J. EDWARDS, Carly R. URBANSKI a Simon J. SEBIRE. General and Specific Approaches to Media Parenting: A Systematic Review of Current Measures, Associations with Screen-Viewing, and Measurement Implications. *Childhood Obesity* [online]. 2013, **9**(s1), S-51-S-72 [cit. 2023-11-17]. ISSN 2153-2168. Dostupné z: doi:10.1089/chi.2013.0031

KALABINA, Inna A. a Tatyana K. PROGACKAYA. Defining Digital Competence for Older Preschool Children. *Psychology in Russia: State of the Art* [online]. 2021, **14**(4), 169–185 [cit. 2023-11-17]. ISSN 20746857. Dostupné z: doi:10.11621/pir.2021.0411

KAMMERL, Rudolf; HIRSCHÄUSER, Lena; ROSENKRANZ, Moritz; SCHWINGE, Christiane; HEIN, Sandra; WARTBERG, Lutz; PETERSEN, Kay-Uwe (Hrsg.). EXIF – Exzessive Internetnutzung in Familien. Zusammenhänge zwischen der exzessiven Computer- und Internetnutzung Jugendlicher und dem (medien)erzieherischen Handeln in den Familien. 2012. 196 s. ISBN 978-3-89967-832-1.

KIRWIL, L.; GARMENDIA, M.; GARITAONANDIA, C.; FERNANDEZ, G.M. Parental mediation. In *Kids Online. Opportunities and Risks for Children*; LIVINGSTONE, S., HADDON, L., Eds.; The Policy Press: Bristol, UK, 2009; s. 199–215.

Knihovnická literatura [online]. Národní knihovna České republiky, ©2017 [cit. 2023-11-17]. Dostupné z: https://aleph.nkp.cz/F/?func=file&file_name=find-b&local_base=kk1

KOMENSKÝ, Jan Amos. *Didaktika velká*. 3. vydání. Brno: Komenium, 1948. Pedagogické klasobraní.

KONING, Ina M, Margot PEETERS, Catrin FINKENAUER and Regina VAN DEN EIJNDEN. 2018. Bidirectional effects of Internet-specific parenting practices and compulsive social media and Internet game use. *Journal of behavioral addictions* [online]. BUDAPEST: Akadémiai Kiadó, 7(3), 624–632.

KOPECKÝ, Kamil a SZOTKOWSKI, René. *Rodič a rodičovství v digitální éře* [online]. Univerzita Palackého v Olomouci, 2018. Výzkumná zpráva. Univerzita Palackého v Olomouci. [cit. 2023-06-26]. Dostupné z: <https://vyuka.o2chytraskola.cz/data/files/prozkum-rodiovstv-v-digitalni-ere-16m2s96idt.pdf>

KOPECKÝ, Kamil. Ještě jednou o sharentingu. *E-Bezpečí*. Roč. 4, č. 2, s. 17–22. Olomouc: Univerzita Palackého, 2019. ISSN 2571-1679. [cit. 2023-11-15]. Dostupné z: <https://www.e-bezpeci.cz/index.php?view=article&id=1611>.

KOPECKÝ, Kamil. Jste rodiče? A jste aktivní v prostředí internetu? Možná i vy provozujete sharenting. *E-Bezpečí* [online]. 2019 [cit. 2023-05-17]. Dostupné z: <https://www.e-bezpeci.cz/index.php/rodicum-ucitelum-zakum/1405-jste-rodice-a-jste-aktivni-v-prostredi-internetu-mozna-i-vy-provozujete-sharenting>.

LEE, Hye Eun, Ji Young KIM a Changsook KIM. The Influence of Parent Media Use, Parent Attitude on Media, and Parenting Style on Children's Media Use. *Children* [online]. 2022, 9(1) [cit. 2023-11-17]. ISSN 2227-9067. Dostupné z: doi:10.3390/children9010037

LEE, Sook-Jung a Young-Gil CHAE. Children's Internet Use in a Family Context: Influence on Family Relationships and Parental Mediation. *CyberPsychology & Behavior* [online]. 2007, 10(5), 640–644 [cit. 2023-11-17]. ISSN 1094-9313. Dostupné z: doi:10.1089/cpb.2007.9975

LIVINGSTONE, S., HADDON, L., GÖRZIG, A., & ÓLAFSSON, K. (2011). Risks and safety on the internet: The perspective of European children. Full findings. EU Kids Online. Dostupné také z: <https://doi.org/10.2139/ssrn.1956351>

LIVINGSTONE, Sonia, Kjartan ÓLAFSSON, Ellen J. HELSPER, Francisco LUPIÁÑEZ-VILLANUEVA, Giuseppe A. VELTRI a Frans FOLKVORD. Maximizing Opportunities and Minimizing Risks for Children Online: The Role of Digital Skills in Emerging Strategies

of Parental Mediation. *Journal of Communication* [online]. 2017, **67**(1), 82–105 [cit. 2023-11-17]. ISSN 00219916. Dostupné z: doi:10.1111/jcom.12277

LIVINGSTONE, Sonia, MASCHERONI, Giovanna, DREIER, Michael, CHAUDRON, Stephane a LAGAE, Kaat. *How parents of young children manage digital devices at home: the role of income, education and parental style*. EU Kids Online, The London School of Economics and Political Science. Londýn, Spojené království: 2015. [cit. 2023-11-17]. Dostupné z: <https://eprints.lse.ac.uk/63378/>.

LIVINGSTONE, Sonia, MASCHERONI, Giovanna, DREIER, Michael, CHAUDRON, Stéphane a LAGAE, Kaat. 2015. How parents of young children manage digital devices at home: The role of income, education and parental style. *Journal of Children and Media*. **9**(3), 316-331. Dostupné z: <https://doi.org/10.1080/17482798.2015.1034399>

LUKAVSKÁ, Kateřina, Jaroslav VACEK, Ondřej HRABEC et al. Measuring Parental Behavior towards Children's Use of Media and Screen-Devices: The Development and Psychometrical Properties of a Media Parenting Scale for Parents of School-Aged Children. *International Journal of Environmental Research and Public Health* [online]. 2021, **18**(17) [cit. 2023-11-17]. ISSN 1660-4601. Dostupné z: doi:10.3390/ijerph18179178

LWIN, M., A. STANALAND a A. MIYAZAKI. Protecting children's privacy online: How parental mediation strategies affect website safeguard effectiveness. *Journal of Retailing* [online]. 2008, **84**(2), 205–217 [cit. 2023-11-17]. ISSN 00224359. Dostupné z: doi:10.1016/j.jretai.2008.04.004

NATHANSON, AMY I. 1999. Identifying and Explaining the Relationship Between Parental Mediation and Children's Aggression. *Communication research* [online]. London: Sage Publications, **26**(2), 124–143.

NATHANSON, Amy I. 2001. Mediation of Children's Television Viewing: Working Toward Conceptual Clarity and Common Understanding. *Annals of the International Communication Association* [online]. Routledge, **25**(1), 115–151.

PIOTROWSKI, Jessica Taylor. The Parental Media Mediation Context of Young Children's Media Use. In: BARR, Rachel a Deborah Nichols LINEBARGER, ed. *Media Exposure*

During Infancy and Early Childhood [online]. Cham: Springer International Publishing, 2017, s. 205–219 [cit. 2023-11-17]. ISBN 978-3-319-45100-8. Dostupné z: doi:10.1007/978-3-319-45102-2_13

PRENSKY, Marc. Digital Natives, Digital Immigrants Part 1. *On the Horizon* [online]. 2001, 9(5), 1-6 [cit. 2023-11-17]. ISSN 1074-8121. Dostupné z: doi:10.1108/10748120110424816

RUE, Vincent M. Television and the Family: The Question of Control. *The Family Coordinator* [online]. 1974, 23(1) [cit. 2023-11-17]. ISSN 00147214. Dostupné z: doi:10.2307/582528.

SALOMON, G. (1983). Rozdílná investice duševního úsilí do učení z různých zdrojů. *Pedagogický psycholog*, 18(1), s. 42–50. [cit. 2023-11-16].

SÁNCHEZ-NAVARRO, J., & COLÁS-BRAVO, P. (2019). Parental mediation of screen media in young children: Associations with media exposure, aggression, and prosocial behavior. *Computers & Education*, 130, 37–48. <https://doi.org/10.1016/j.compedu.2018.12.012>

Scopus [online]. Elsevier, 2021 [cit. 2023-11-17]. Dostupné z: <https://www-scopus-com>

SELWYN, Neil. The digital native – myth and reality. *Aslib Proceedings* [online]. 2009, 2009-07-05, 61(4), 364–379 [cit. 2023-11-17]. ISSN 0001-253X. Dostupné z: doi:10.1108/00012530910973776

Semantic Scholar [online]. AI2, 2021 [cit. 2023-11-17]. Dostupné z: <https://www.semanticscholar.org/>

SCHRAMM, Wilbur Lang. *Television in the Lives of Our Children*. Oxford: University Press, 1961.

SLUSSAREFF, Michaela. *Hry, sítě, porno: rodičovský průvodce džunglí digitálního dětství a puberty*. V Brně: Jan Melvil Publishing, 2022. Žádná velká věda. ISBN 978-80-7555-156-6.

SOBOTKOVÁ, Irena. *Psychologie rodiny*. 3. vyd. Praha: Portál, 2012. ISBN 978-80-262-0217-2.

STEINER, O. Pflegen medienkompetente Eltern eine gute Medienerziehung? Ergebnisse einer Repräsentativbefragung von Eltern 10- bis 17-jähriger Kinder. *Diskurs Kindheits- und Jugendforschung*. 2013, 4, s. 471–484.

ŠEVČÍKOVÁ, Anna. *Děti a dospívající online: vybraná rizika používání internetu*. Praha: Grada, 2014. Psyché (Grada). ISBN 978-80-210-7527-6.

ŠEVČÍKOVÁ, Anna. *Děti a dospívající online: vybraná rizika používání internetu*. Praha: Grada, 2014. Psyché (Grada). ISBN 978-80-210-7527-6.

ŠMAHELOVÁ, Marie, JUHOVÁ, Dana, ČERMÁK, Ivo a ŠMAHEL, David. 2017. Zprostředkování používání digitálních technologií u malých dětí: Pohled rodičů. *Cyberpsychology: Journal of Psychosocial Research on Cyberspace*. [online]. **11**(3), článek 4. Dostupné z: <https://doi.org/10.5817/CP2017-3-4>

ŠVRČKOVÁ, Marie. *Kvalita počáteční čtenářské gramotnosti: výzkumná analýza a popis soudobého stavu*. Ostrava: Ostravská univerzita, Pedagogická fakulta, 2011. ISBN 978-80-7464-020-9.

TAKEUCHI, Lori a STEVENS, Reed. 2011. The new coviewing: Designing for learning through joint media engagement. The Joan Ganz Cooney Center at Sesame Workshop.

THOROVÁ, Kateřina. *Vývojová psychologie: proměny lidské psychiky od početí po smrt*. Praha: Portál, 2015. ISBN 978-80-262-0714-6.

WARTELLA, Ellen, RIDEOUT, Vicky, LAURICELLA, Alexis a CONNELL, Sabrina. Parenting in the Age of Digital Technology. Northwestern University, 2014. Celostátní průzkum. School of Communication Northwestern University. [online]. [cit. 2022-06-23]. Dostupné z: https://cmhd.northwestern.edu/wp-content/uploads/2015/06/ParentingAgeDigitalTechnology.REVISED.FINAL_.2014.pdf

Web of Science [online]. Clarivate, 2021 [cit. 2023-11-17]. Dostupné z: <https://www.webofscience.com/>

WOOTTON, Barbara, Hilde T. HIMMELWEIT, A. N. OPPENHEIM, Pamela VINCE, Eric LARRABEE a Rolf MEYERSOHN. Television and the Child. *The British Journal of Sociology* [online]. 1959, 10(3) [cit. 2023-11-17]. ISSN 00071315. Dostupné z: doi:10.2307/587284

ZAMAN, Bieke, Marije NOUWEN, Jeroen VANATTENHOVEN, Evelien DE FERRERRE a Jan Van LOOY. A Qualitative Inquiry into the Contextualized Parental Mediation Practices of Young Children's Digital Media Use at Home. *Journal of Broadcasting & Electronic Media* [online]. 2016, 2016-03-02, 60(1), 1–22 [cit. 2023-11-17]. ISSN 0883-8151. Dostupné z: doi:10.1080/08838151.2015.1127240

ZÁŠKODNÁ, Helena a Zdeněk MLČÁK. *Osobnostní aspekty prosociálního chování a empatie*. Praha: Triton, 2009. ISBN 978-80-7387-306-6.

ZHOU, Yanfang, Atsushi NANAKIDA a Yuan LONG. Media Use and Relationships of Children with Their Peers During the Transition from Preschool to Primary School – In Cases of TV, Mobile Phone and Computer. *International Journal of Humanities and Social Science* [online]. 2019, 9(7) [cit. 2023-11-17]. ISSN 2220-8488. Dostupné z: doi:10.30845/ijhss.v9n7p18

Seznam tabulek

Tabulka 1 Počet dětí ve věku 6–9 let podle kategorií rodičů	33
Tabulka 2 Vzdelání rodičů a počet dětí ve věku 6–9 let	35
Tabulka 3 Skladba výzkumného vzorku	39
Tabulka 4 Výpočet průměrných hodnot Aktivní mediální strategie a Restriktivní mediální strategie	52
Tabulka 5 Kvalitativní vyhodnocení převažující mediální strategie u participantů hloubkových rozhovorů	52
Tabulka 6 Vzdelání a převažující mediální strategie jednotlivých participantů rozhovorů.	54

Seznam grafů

Graf 1 Počet dětí ve věku 6–9 let podle kategorií rodičů.....	34
Graf 2 Vzdělání rodičů dle věkových kategorií.....	35
Graf 3 Vzdělání rodičů a počet dětí ve věkové kategorii 6–9 let	35
Graf 4 Věk rodičů v době narození dítěte, kterému je 6–9 let	37
Graf 5 Vennův diagram – Triangulace dat.....	53
Graf 6 Srovnání vzdělání participantů a převažující mediální strategie	55

Seznam příloh

Příloha č. 1 Informovaný souhlas účastníka výzkumu

Příloha č. 2 Rozhovor

Příloha č. 3 Dotazník MEPA 20

Příloha č. 4 Tvrzení a otázky doplňující dotazník MEPA-20

Přílohy

Příloha č. 1 Informovaný souhlas účastníka výzkumu

Informovaný souhlas s účastí na výzkumu a jeho následným využitím pro účely diplomové práce Rodičovské mediální strategie u dětí ve věku 6–9 let

Podpisem vyjadřuji souhlas s následujícími body:

Byl/a jsem informována o účelu výzkumu, kterým je sběr dat pro potřeby výzkumu diplomové práce Pavly Veselé s názvem Rodičovské mediální strategie u dětí ve věku 6–9 let.

Bylo mi sděleno, jak bude sběr dat probíhat. Jsem seznámen/a s právem odmítnout odpověď na jakoukoliv otázku.

Byl/a jsem obeznámen/a s tím, jak bude s daty nakládáno a jakým způsobem bude zajištěna anonymita, která znemožní identifikaci mé osoby. Nikde nebude uvedeno mé jméno či jiné osobní údaje, díky kterým bych mohl/a být identifikován/a.

Dávám své svolení k tomu, aby výzkumnice použila získaná data pro potřeby své diplomové práce.

Datum:

Podpis respondenta:

Příloha č. 2 Rozhovor

Úvod

Seznámení participantů o důvodech výzkumu, průběhu výzkumu, využití dat a jejich anonymizaci.

O1 Liší se rodičovské strategie v závislosti na médiu?

1. Používá vaše dítě digitální technologie? Jaké?
2. Používáte nějaká pravidla ohledně omezení času, který tráví vaše dítě používáním digitálních technologií? (televize, digitální hry, mobilní zařízení...)
3. Víte, jaký obsah (pořady, hry, videa) vaše dítě sleduje?
4. Pokud ano. Co sleduje v televizi? Co hraje za hry? Jaká sleduje videa?
5. Pokoušíte se obsah nějakým způsobem ovlivňovat?
6. Máte pro všechny digitální technologie stejná pravidla?
7. Měníte pravidla v případě zvláštních situací?
8. Používáte nějaké nástroje/aplikace k tomu, abyste dohlíželi na své děti při používání digitálních technologií? Na kterých zařízeních a jaké?

O2 Vnímají rodiče negativa spojená s používáním technologií odlišně v závislosti na různých typech zařízení?

1. Povídáte si někdy s dítětem o negativech u jednotlivých technologií?
2. Máte z některých technologií větší obavy než z jiných?

O3 Vnímají rodiče pozitiva spojená s používáním technologií odlišně v závislosti na různých typech zařízení?

1. Povídáte si někdy s dítětem o pozitivěch u jednotlivých technologií?
2. Vnímáte některé technologie jako prospěšnější než jiné?

Příloha č. 3 Dotazník MEPA 20

1. S dítětem si povídám o tom, kolik času tráví s obrazovkami.

1 vůbec neplatí, 2 spíše neplatí, 3 tak napůl, 4 spíše platí, 5 rozhodně platí

2. Dítě vidí, že dokážu kontrolovat dobu, kterou stráví s obrazovkami.

1 vůbec neplatí, 2 spíše neplatí, 3 tak napůl, 4 spíše platí, 5 rozhodně platí

3. Dítěti vysvětluji, jaký obsah je pro něj vhodný (např. jaká videa, jaké hry, jaké aplikace, jaké webové stránky, jaké články a obrázky).

1 vůbec neplatí, 2 spíše neplatí, 3 tak napůl, 4 spíše platí, 5 rozhodně platí

4. Dítěti pomáhám vyhledávat vhodný obsah (např. videa, hry, aplikace, webové stránky, články a obrázky).

1 vůbec neplatí, 2 spíše neplatí, 3 tak napůl, 4 spíše platí, 5 rozhodně platí

5. Tajně kontrolojuji, co a kdy dítě na obrazovce sledovalo nebo jaké aplikace používalo.

1 vůbec neplatí, 2 spíše neplatí, 3 tak napůl, 4 spíše platí, 5 rozhodně platí

6. Před dítětem konzumuji pouze takový obsah (např. videa, hry, aplikace, webové stránky, články a obrázky), který je pro něj/ni vhodný.

1 vůbec neplatí, 2 spíše neplatí, 3 tak napůl, 4 spíše platí, 5 rozhodně platí

7. S dítětem si povídám o tom, jakým způsobem používá obrazovky (např. před spaním, při učení, při jídle...).

1 vůbec neplatí, 2 spíše neplatí, 3 tak napůl, 4 spíše platí, 5 rozhodně platí

8. Dítěti vysvětluji, ve kterých situacích používání obrazovek je a není vhodné.

1 vůbec neplatí, 2 spíše neplatí, 3 tak napůl, 4 spíše platí, 5 rozhodně platí

9. Dítěti pomáhám najít vhodné situace, ve kterých může používat obrazovky.

1 vůbec neplatí, 2 spíše neplatí, 3 tak napůl, 4 spíše platí, 5 rozhodně platí

10. Dítěti dávám najevo, že používat obrazovky je podle mě ztráta času.

1 vůbec neplatí, 2 spíše neplatí, 3 tak napůl, 4 spíše platí, 5 rozhodně platí

11. Máme dohodnutá pravidla, kolik času dítě stráví s obrazovkami.

1 vůbec neplatí, 2 spíše neplatí, 3 tak napůl, 4 spíše platí, 5 rozhodně platí

12. Nenechám dítě s obrazovkou déle, než máme dohodnuto.

1 vůbec neplatí, 2 spíše neplatí, 3 tak napůl, 4 spíše platí, 5 rozhodně platí

13. Všímám si toho, co dítě prostřednictvím obrazovky konzumuje (např. na jaká videa se dívá, jaké hry hraje, jaké aplikace používá, jaké články a obrázky).

1 vůbec neplatí, 2 spíše neplatí, 3 tak napůl, 4 spíše platí, 5 rozhodně platí

14. Máme dohodnutá pravidla, čemu se dítě na obrazovce smí a nesmí věnovat (kterým hrám, videím, aplikacím, textům, obrázkům...).

1 vůbec neplatí, 2 spíše neplatí, 3 tak napůl, 4 spíše platí, 5 rozhodně platí

15. Neustále kontroluji, čemu se dítě na obrazovce věnuje.

1 vůbec neplatí, 2 spíše neplatí, 3 tak napůl, 4 spíše platí, 5 rozhodně platí

16. Nenechám dítě konzumovat jiný obsah než ten, na kterém jsme se domluvili.

1 vůbec neplatí, 2 spíše neplatí, 3 tak napůl, 4 spíše platí, 5 rozhodně platí

17. Všímám si, v jakých situacích dítě sleduje a používá obrazovky.

1 vůbec neplatí, 2 spíše neplatí, 3 tak napůl, 4 spíše platí, 5 rozhodně platí

18. Máme pravidla, v jakých situacích dítě smí a nesmí sledovat a používat obrazovky.

1 vůbec neplatí, 2 spíše neplatí, 3 tak napůl, 4 spíše platí, 5 rozhodně platí

19. Nenechám dítě sledovat nebo používat obrazovky mimo dohodnuté situace.

1 vůbec neplatí, 2 spíše neplatí, 3 tak napůl, 4 spíše platí, 5 rozhodně platí

20. Pravidla nastavujeme tak, aby dítě nepoužívalo obrazovky pro zábavu téměř vůbec.

1 vůbec neplatí, 2 spíše neplatí, 3 tak napůl, 4 spíše platí, 5 rozhodně platí

Příloha č. 4 Tvrzení a otázky doplňující dotazník MEPA-20

Tvrzení – subjektivní sebehodnocení mediálních kompetencí rodiče

Tvrzení č. 21

Jako rodič sám sebe vnímám jako osobu, která se orientuje v digitálních technologiích.

1 vůbec neplatí, 2 spíše neplatí, 3 tak napůl, 4 spíše platí, 5 rozhodně platí

Tvrzení č. 22

Orientuji se v rizicích, která přináší používání digitálních technologií.

1 vůbec neplatí, 2 spíše neplatí, 3 tak napůl, 4 spíše platí, 5 rozhodně platí

Tvrzení č. 23

Orientuji se v pozitivěch, která přináší používání digitálních technologií.

1 vůbec neplatí, 2 spíše neplatí, 3 tak napůl, 4 spíše platí, 5 rozhodně platí

Tvrzení č. 24

Rád/a rozvíjím své znalosti v oblasti digitálních technologií.

1 vůbec neplatí, 2 spíše neplatí, 3 tak napůl, 4 spíše platí, 5 rozhodně platí

Tvrzení č. 25

Sleduji nové trendy v oblasti digitálních technologií.

1 vůbec neplatí, 2 spíše neplatí, 3 tak napůl, 4 spíše platí, 5 rozhodně platí

Tvrzení č. 26

Přemýšlím o svém vlastním využívání digitálních technologií, o množství času a obsahu.

1 vůbec neplatí, 2 spíše neplatí, 3 tak napůl, 4 spíše platí, 5 rozhodně platí

Sociodemografické otázky

Kolik máte dětí ve věku 6–9 let?

0–1–2–3

Rodičem dítěte ve věku 6–9 let jste se stal/a v kolika letech?

dříve než ve věku 35 včetně – ve věku 36 a více

Jaké je vaše nejvyšší dosažené vzdělání?

Základní – Středoškolské – Vyšší odborné – Vysokoškolské