

Studie mediální gramotnosti populace ČR

Mediální gramotnost osob mladších 15 let



**FAKULTA
SOCIÁLNÍCH VĚD**
Univerzita Karlova

Institut komunikačních studií a žurnalistiky

srpen 2016

Obsah

| | | |
|------------|---|-----------|
| 1 | ÚVOD..... | 2 |
| 2 | ZADÁNÍ | 3 |
| 3 | HLAVNÍ ZÁVĚRY..... | 4 |
| 4 | TEORETICKÉ ZARÁMOVÁNÍ STUDIE..... | 7 |
| 5 | METODOLOGIE..... | 9 |
| 5.1 | Výzkumné cíle..... | 9 |
| 5.2 | Sestavení vzorku | 9 |
| 5.3 | Výzkumná metoda | 11 |
| 5.3.1 | Scénář a struktura rozhovorů | 11 |
| 5.3.2 | Pomůcky | 13 |
| 5.3.3 | Rozdíly oproti studii z roku 2011..... | 18 |
| 5.3.4 | Požívání záznamů a ochrana dat | 18 |
| 6 | VÝSLEDKY STUDIE | 20 |
| 6.1 | Vzorce užívání a tvorby médií | 20 |
| 6.1.1 | Přístup..... | 20 |
| 6.1.2 | Preference a zvyklosti | 21 |
| 6.1.3 | Měničící se mediální zkušenost a potřeby..... | 27 |
| 6.1.4 | Shrnutí | 29 |
| 6.2 | Reflexe dobrovolného a regulovaného užívání a tvorby médií | 31 |
| 6.2.1 | Mediální výchova v rodině..... | 31 |
| 6.2.2 | Omezená a obohacená mediální zkušenost | 35 |
| 6.2.3 | Vnímání rizik a příležitostí při používání médií | 36 |
| 6.2.4 | Shrnutí | 39 |
| 6.3 | Vnímání role médií a vlastní tvorby (u školních dětí i znalost mediálního průmyslu)..... | 41 |
| 6.3.1 | Vnímání role médií a vlastní tvorby | 41 |
| 6.3.2 | Co jsou média? | 41 |
| 6.3.3 | Názory na zpravodajství..... | 42 |
| 6.3.4 | Reklama, product placement, sponzoring | 44 |
| 6.3.5 | Znalost mediálního průmyslu | 49 |
| 6.3.6 | Shrnutí | 50 |
| 7 | ZDROJE | 52 |
| 8 | PŘÍLOHY..... | 55 |
| 8.1 | Přehled účastníků výzkumu | 56 |
| 8.2 | Scénáře ohniskových skupin | 58 |
| 8.3 | Seznam tabulek | 64 |
| 8.4 | Seznam obrázků..... | 64 |

1 Úvod

Předmětem plnění je výzkum mediální gramotnosti populace ČR. Navrhovaný výzkum svým zacílením, nastavením i způsobem výběru respondentů navazuje na dvě studie mapující mediální gramotnost, které naše pracoviště realizovalo pro Radu pro rozhlasové a televizní vysílání (RRTV) v roce 2011.

První etapa výzkumu (kvantitativní studie formou dotazníkového šetření v populaci obyvatel ČR starších 15 let) vychází ze studie *Stav mediální gramotnosti v ČR* (Cebe, Jirák, Trampota, Wolák, 2011a). Druhá etapa výzkumu (kvalitativní studie realizovaná pomocí ohniskových skupin s dětmi a dospívajícími do 15 let) navazuje na studii *Stav mediální gramotnosti v ČR – Fáze II* (Cebe, Jirák, Kohutová, Trampota, Vochocová, Wolák, 2011b). Stejně jako v případě předchozího výzkumu realizovaného v roce 2011 je první část výzkumu (dotazníkové šetření v populaci osob starších 15 let) zaměřena na vzorce a zvyklosti užívání médií a intuitivní i vědomé organizování vztahů k médiím spolu s kritickým a reflektivním myšlením o médiích, přičemž druhá část výzkumu (ohniskové skupiny s osobami mladšími 15 let) zkoumá používání, porozumění a tvorbu médií s důrazem na vnímání mediálních rizik a příležitostí.

Tato závěrečná zpráva shrnuje výsledky druhé části, tedy kvalitativní studie. Cílem této etapy bylo zjistit, jak různé věkové kategorie dětí a mládeže do 15 let věku rozumějí médiím, jaká média a jakým způsobem používají a vytvářejí, jak vnímají rizika a příležitosti, které jsou s nimi spojené, a jaká je role druhých v jejich mediálním životě a gramotnosti. Výzkum probíhal metodou ohniskových skupin strukturovaných podle věku respondentů do tří skupin: a) předškoláci (5–7 let), b) mladší školní věk (7–10 let), c) starší školní věk (12–15 let). Věku dětí a jejich vývojovému stupni byly přizpůsobeny i pomůcky a podoba scénáře, který byl pro ohniskové skupiny předem připraven a v průběhu výzkumu upravován. Pilotní ohnisková skupina byla provedena u dětí v předškolním věku. Dále pak byly pro každou věkovou kategorii realizovány tři hlavní ohniskové skupiny. Celkem se tedy uskutečnilo deset ohniskových skupin v různých školních zařízeních napříč regiony České republiky. Jednalo se o inkluzivní výzkum, tyto děti a mladiství měli dle učitelů rozdílné studijní předpoklady a školními výsledky, patřili do většinové i menšinové společnosti, vyrůstali v rodinách nacházejících se v různých socioekonomických situacích, a někteří z nich čelili vývojovým problémům, a to od poruch řeči až po lehké mentální postižení. Celkem se výzkumu zúčastnilo 63 dětí a mladistvých.

Zpráva je strukturovaná tak, že na začátku jsou v krátkém přehledu nabídnuty hlavní závěry. Dále je nastíněno teoretické zarámování studie a popis metody a techniky vlastního výzkumu. Následují podrobné výsledky výzkumu seřazené podle tří oblastí, které byly v rámci mediální gramotnosti sledovány. Každá oblast je zakončena shrnutím, které nabízí hlavní závěry pro danou oblast. Na konci závěrečné zprávy je zařazen seznam zdrojů a literatury a přílohy.

2 Zadání

Zadavatel: Rada pro rozhlasové a televizní vysílání

Realizátor: Fakulta sociálních věd UK v Praze, Institut komunikačních studií a žurnalistiky.

Autorský tým: Prof. PhDr. Jan Jiráček, Ph.D., Mgr. Lucie Šťastná, Mgr. Markéta Zezulková, Ph.D., MA, PGCE

Předmět plnění: Studie vychází ze Smlouvy o dílo mezi Radou pro rozhlasové a televizní vysílání a Fakultou sociálních věd UK v Praze ze dne 8. prosince 2015.

Předmětem zadání je realizace výzkumu mediální gramotnosti osob mladších 15 let metodou ohniskových skupin, které budou rozděleny podle věku respondentů (předškoláci, mladší školní věk, starší školní věk). Pro každou věkovou kategorii budou realizovány tři ohniskové skupiny, a to ve třech různých oblastech ČR (Čechy, Morava, Slezsko), celkem tedy 9 ohniskových skupin.

Cílem studie je zjistit, jak různé věkové kategorie dětí a mládeže do 15 let věku rozumějí médiím, jaká média a jakým způsobem používají a vytvářejí, jak vnímají rizika a příležitosti, které jsou s nimi spojené, a jaká je role druhých v jejich mediálním životě a gramotnosti.

3 Hlavní závěry

- ✓ **Kontakt s digitálními komunikačními technologiemi** je běžnou zkušeností současných dětí. I když se liší místo a okolnosti, kde se děti k těmto technologiím dostávají (rodina, školka, škola), děti považují digitální média a zejména připojení k internetu za standardní součást svého života a případné omezení přístupu k nim hodnotí jako znevýhodnění. Uživatelské zkušenosti s médii jsou spoluurčovány **vybavením domácností**, v nichž děti vyrůstají (např. čtenářství tištěných médií je podporováno přítomností knihovny v domácnosti, zkušenost s digitálními médii přístupem k nim).
- ✓ **Užívání tištěných médií** (zvláště časopisů a knih) je mezi dětmi přítomno, ačkoliv ne v takovém rozsahu jako u digitálních komunikačních technologií. Čtenářský zážitek je pravděpodobně i díky časté přítomnosti dalšího člena rodiny oceňován především mladšími dětmi, později čtení přechází do roviny aktivity na odreagování.
- ✓ Konzumace audiovizuálních médií se stále odehrává spíše prostřednictvím tradičního televizního přijímače. V domácnostech je televizor přítomen, je ale těžké posoudit, nakolik je na ústupu před nejnovějšími „chytrými televizemi“. Přítomno je totiž i nové pojetí **televizoru jako multifunkčního zařízení** (televizor nejen jako zařízení k příjmu klasického televizního vysílání, ale také jako přehrávač pořadů, připojení na internet či platforma pro hraní her). Zkušenost s poslechem rozhlasu je minimální.
- ✓ Děti inklinovaly k **uživatelské univerzálnosti**: byly mnohočetnými uživateli elektronických a digitálních komunikačních platforem (počítač, tablet, telefon, herní konzole), přičemž měly spíše sklon mezi platformami volně přecházet než některou z platforem favorizovat.
- ✓ Již od předškolního věku bylo u účastníků výzkumu emocionální prožívání mediálních obsahů zřetelně personalizované do postav z herních či televizních příběhů. **Personalizace** oblíbenosti mediálních obsahů (jakkoliv se s věkem mění samotné postavy) je jednou z konstant vztahu k mediálním obsahům a je silně genderizovaná (množina „dívčích“ a množina „chlapeckých“ oblíbených postav jsou od sebe dost ostře odděleny). Dětskou uživatelskou univerzálnost podporuje fakt, že řada postav se vyskytuje napříč více médii.
- ✓ **Tvořivý potenciál „starých“ i „nových“** médií oceňovaly zejména děti předškolního a mladšího školního věku (od vystřihování po práci s fotoaparát a audiovizuální experimenty). S přibývajícím věkem vystupovala do popředí obava z neúspěchu v očích vrstevníků a chuť k vlastní mediální produkci klesala a stávala se výběrovou, „specializovanou“ volnočasovou aktivitou.
- ✓ Uživatelské profily byly velmi rozmanité: u některých dětí byly ovlivněny tvůrčími dovednostmi, u jiných zájmem o nové technologie, u dalších zájmem o určitý typ informací nebo zážitku. Obecně rozšířená je zkušenost se **stahováním mediálních obsahů**. Současně bylo mezi staršími školáky rozšířené povědomí o rychlém vývoji

technologií, které dokládali srovnáním svého vlastního dřívějšího mediálního vybavení se současnou vybaveností mladších dětí.

- ✓ Rodiče dětí předškolního a mladšího školního věku jsou z generace, která **má užívání digitálních médií plně zažité**, může dětem radit a zřejmě je do světa těchto médií uvádí a dál je jím provází. Efekt „děti jsou dál než rodiče“, příznačný pro předcházející dvě dekády, se u mladších dětí již prakticky neobjevoval (což se zřejmě tak úplně netýká učitelek a učitelů), zatímco u starších školáků byl stále patrný. Důležitým zdrojem instrukcí, jak média užívat, jsou také starší sourozenci a vrstevníci.
- ✓ Ovlivňování způsobu a míry užívání médií dětmi ze strany rodičů je v každodenním rodinném provozu běžné. Týká se především přímé **restrikce času stráveného s médii**, **ovlivňování kontextu užívání médií** (např. společné sledování televizních programů) a **ovlivňování dostupnosti mediální produkce** dané vybaveností domácností (zejména dětského pokoje) a možnostmi a ochotou rodičů tuto výbavu inovovat.
- ✓ Motivace rodičovských regulačních opatření není z výpovědí dětí patrná, ale deklarované důvody, pomocí nichž jsou dětem vysvětlována, jsou např. **zdravotní rizika** (péče o zrak, prevence vzniku závislosti ad.), **nebezpečí ztráty dat či poškození zařízení**, jen ojediněle obava z narušení procesu socializace (nedostatek reálného kontaktu s vrstevníky). Tomu odpovídají i představy dětí o rizicích, která užívání médií přináší. U dětí staršího školního věku se regulace užívání médií jako taková rozvolňovala a přibývalo zákazů užívání médií jako formy trestu za jiný prohřešek (např. za špatné výsledky ve škole).
- ✓ Oblastí aktivního střetu dětských tužeb a rodičovských obav je **užívání Facebooku** v mladším školním věku (pod hranicí 13 let) a **hraní akčních her** (tzv. „stříleček“). Tento střet rodiče v praxi řešili celou škálou opatření od přímých zákazů po společné (a tedy kontrolované) užívání médií (např. založení společného facebookového účtu).
- ✓ Děti vnímají roli médií ve svém životě především v rovině **poskytnutí nějaké formy slasti** (zdroj zábavy, Zahnání nudy), jako **zdroj informací a prostředek komunikace**, přičemž oceňují možnost aktivní participace (hraní her/blogování/používání sociálních sítí „je víc“ než sledování televize). Zejména mladší a starší školáci si rozvoj intelektu a znalostí spojovali s počítačem, internetovými vyhledávači a knihami (pouze u knih to tak přímo pojmenovali, knihy jsou zřejmě v působení rodičů i školy mytologizovány jako bezproblémové a jednoznačně přínosné médium).
- ✓ Mezi dětmi je – zřejmě jako součást běžného provozu domácnosti, neboť děti uváděly **společné sledování televizního zpravodajství** s rodiči – rozšířené sledování hlavních zpravodajských relací celoplošných televizních stanic, přičemž děti z agendy zpravodajství reflektovaly především zprávy formulované jako rizika. S přibývajícím věkem rostla schopnost kritického odstupu od obsahu zpravodajství (menší děti uvažovaly o zprávě na ose „baví – nebaví“, starší školáci na ose „je podstatná – je zbytečná“). Zejména děti mladšího a staršího školního věku mluvily emotivně o zprávách o „teroristech“, „islamistech“ nebo „uprchlících“, přičemž mladší děti popisovaly s tím spojené zlé sny a obavy.

- ✓ Tištěné noviny mladší i starší školáci chápou především jako médium určené generaci rodičů a prarodičů a **sami je nečtou**. Přesto se v hrubých rysech v novinové produkci orientují (dokážou rozlišit bulvární a nebulvární deník a v elementární rovině pojmenovat formální i obsahové rozdíly).
- ✓ Schopnost vyložit **funkci reklamy** se zřetelněji projevila až u dětí staršího školního věku. Mladší děti měly o existenci reklamních sdělení povědomí, zvláště v televizním vysílání dokázaly rozlišit, že se jedná o jiný obsah, který třeba do pohádky „nepatří“, leč persvazivní funkci reklamy vnímaly s obtížemi. Starší školáci reklamní sdělení bez potíží rozeznávali, uvědomovali si vazby mezi reklamou a redakčním obsahem a často vnímali reklamu spíše jako rušivý prvek. Dokázali také identifikovat reklamní obsah ve tvorbě youtuberů.
- ✓ Velké problémy byly s rozlišením **product placementu** – u předškoláků je prakticky vyloučené, stupeň rozvoje kognitivních schopností jim nedovoluje oddělit propagovaný předmět od příběhu, do něhož je vložen. Mladší a starší školáci ho rozliší, jsou-li k tomu vedeni, a pak ho vnímali jako reklamní obsah, a proto ho považovali spíše za klasickou reklamu.
- ✓ Děti mladšího i staršího školního věku do jisté míry vnímaly **rozdíl mezi obsahem nabízeným komerčními stanicemi a televizí veřejné služby**. Pojmenovaly rozdíly v nabídce pořadů, zaznamenaly rozdíl v ne/přítomnosti reklamy. Co se týče fungování, financování a regulace médií, jejich informace byly spíše útržkovité (odvodily, že nějaká kontrola u televizního vysílání existuje a u internetu je nemožná). O otázkách bezpečnosti, příp. možnosti ohlášení nevhodného obsahu na internetu, měla více informací skupina ze základní školy, na které proběhly v minulosti přednášky o kyberšikaně.

4 Teoretické zarámování studie

Obecné zarámování studie představuje formulace zákona 231/2001 Sb. v platném znění, v němž se v § 6, odst. 1 i) praví, že Rada pro rozhlasové a televizní vysílání je povinna předkládat „*informaci o úrovni mediální gramotnosti ve vztahu k novým komunikačním technologiím.*“ Tato formulace vychází z předpokladu, že mediální gramotnost je sociální jev, jehož úroveň je možné popsat, a to zvláště ve vztahu k novým komunikačním technologiím. Dále se přístup k řešení opírá o zadání Rady pro rozhlasové a televizní vysílání (viz výše kapitola 2) a tím i o studii z roku 2011 a první část studie z roku 2016 (viz Cebe, Jirák, Trampota, & Wolák, 2011a; a zvláště Cebe, Jirák, Kohutová, Trampota, Vochocová, & Wolák, 2011b, a Jirák, Nečas, Šťastná, & Zezulková, 2016), jejichž východiska byla v zadání využita.

Klíčovým teoretickým konceptem, s nímž analýza pracuje, je „mediální gramotnost“, tedy kompetence svého druhu, která (a) je součástí všeobecného vzdělání v nejširším slova smyslu (odtud „gramotnost“) a (b) je popsitelná v rovině znalostí, dovedností a koneckonců i schopností. Tato kompetence je spojena s užíváním veřejně dostupných komunikačních technologií a její společenská relevance se saturuje představou sociální relevance těchto technologií. Společenský význam mediální gramotnosti se opírá o sdílenou představu o roli masových a síťových médií v procesu primární a sekundární socializace. Média jako významný faktor procesu začleňování jednotlivce do společnosti jsou chápána jako potenciálně pozitivní i rizikový faktor tohoto procesu a mediální gramotnost je vnímána jako kompetence, která umožňuje využití pozitiv maximalizovat a nebezpečí rizik minimalizovat (k problematice role médií v životě a dětí a v procesu jejich socializace viz např. Livingstone, 2009, Livingstone, Kalmus, & Talves, 2015).

Přístup k mediální gramotnosti je historicky, sociálně a kulturně podmíněný – jeho obsah a pojetí ovlivňuje dobové postavení komunikačních médií ve společnosti, představa o povaze roli a obsahu všeobecného vzdělání v nejširším slova smyslu připravenosti pro život v dané společnosti, stejně jako jejich technologický vývoj. Současně je dán tím, jak k jeho realizaci daná společnost přistupuje. Napříč různými přístupy lze říci, že označením „mediální gramotnost“ se zpravidla rozumí soubor znalostí a dovedností, které umožňují bezpečné, aktivní a kontrolované (ve smyslu podřízené vědomé kontrole uživatele) užívání médií, jež jsou v dané době a dané společnosti k dispozici. Za klíčové rozměry mediální gramotnosti lze považovat

- vědomí nutnosti přístupu k médiím, veřejné i soukromé komunikace jako jedné z podmínek kvalitního života ve společnosti,
- vědomí možností (a omezení) přístupu do médií a osvojení si dovedností, které šanci na přístup do médií, resp. na participaci na veřejné komunikaci, zvýší,
- budování kritického odstupu od mediovaných obsahů a znalost komunikačních strategií, jež tato média využívají k upoutání pozornosti a prosazení svých komunikačních cílů,
- povědomí o procesech a zákonitostech vytváření a výroby jednotlivých typů mediálních obsahů a konvencionalitě mediální produkce vůbec,
- povědomí o roli a postavení médií ve (vlastním) každodenním životě,
- budování aktivní odpovědnosti za vlastní vstup do veřejného komunikačního prostoru,

- znalost regulačních a autoregulačních opatření, která v dané době a daném prostředí chování těchto médií upravují, a osvojení postupů, jimiž je možné dodržování těchto opatření prosazovat.

Uvažujeme-li o mediální gramotnosti jako o historicky podmíněné kategorii, je třeba se ptát, co je její současné specifikum. Klíčovým – a současně nejvíce problematizovaným – konceptem současného pojetí mediální gramotnosti jsou samotná „médiální veřejné i soukromé komunikace“, resp. „nové komunikační technologie“ zmiňované v zákoně (viz výše). Vývoj komunikačních technologií v posledních dvaceti letech podporuje některé sociálně komunikační trendy: zmnožuje nabídku mediálních obsahů, umožňuje stále intenzivnější užívání a sdílení mediálních obsahů na různých platformách, zvyšuje vevázanost médií do předejví každodenního života, rozšiřuje možnosti aktivního podílu na tvorbě mediálních obsahů, vede ke stále masivnějšímu stírání rozdílu mezi soukromou a veřejnou komunikací atd.

Soukromá a veřejná komunikace měly dlouhým historickým vývojem ustaveny „své“ komunikační technologie: masová média (především periodický tisk, tedy noviny a časopisy, později rozhlas a televize a zčásti i kinematografie) byla institucionálním prostředím veřejné komunikace, zatímco pošta, telefon, telegraf sloužily více technické podpoře komunikace neveřejné, soukromé, resp. interpersonální. Proces digitalizace, nástup počítačových sítí a využití telekomunikačního spojení tento protiklad narušily: internetizace mimo jiné znamená nebývalé propojení veřejné a soukromé komunikace, včetně postupného oslabování vědomí o rozdílu mezi nimi (což významným způsobem ovlivňuje například procesy politické komunikace, mocenského rozhodování a způsobů participace občanů na politickém životě společnosti). Pro přístup k mediální gramotnosti to mimo jiné znamená rozšíření o oblast „odpovědnosti za vlastní vstup do veřejného komunikačního prostoru“. Tomu odpovídá i přístup k mediální gramotnosti v dikci dokumentů relevantních pro české prostředí. Směrnice Evropského parlamentu 2010/13/EU z 10. března 2010 v článku 47 konstatuje: *„Mediální gramotnost se týká dovedností, znalostí a porozumění, které spotřebitelům umožňují efektivní a bezpečné využívání médií. Mediálně gramotní lidé by měli být schopni provádět informovanou volbu, chápat povahu obsahu a služeb a být schopni využívat celé šíře příležitostí, které nabízejí nové komunikační technologie. Měli by být schopni lépe chránit sebe a své rodiny před škodlivým nebo urážlivým obsahem. Proto je třeba rozvoj mediální gramotnosti ve všech oblastech společnosti podporovat a pečlivě sledovat její pokrok.“* Pro potřeby předkládané analýzy, která má RRTV umožnit „pečlivě sledovat pokrok“ v oblasti mediální gramotnosti u populace do 15 let, to znamenalo zaměření především na to, jak tato část populace:

- (a) užívá média v každodenním životě, tedy jak přijímá jejich obsahy, jak jim věnuje pozornost, co si o nich myslí, případně jak sama mediální obsahy vytváří,
- (b) reflektuje možnosti kontroly a regulace produkce a chování „tradičních“ a „nových“ médií,
- (c) jak chápe roli médií ve vlastním životě i v životě společnosti, případně jaké povahy je znalostní zázemí, které k tomuto chápání má a využívá.

5 Metodologie

5.1 Výzkumné cíle

Cílem studie je zjistit, jak různé věkové kategorie dětí a mládeže do 15 let věku rozumějí médiím, jaká média a jakým způsobem používají a vytvářejí, jak vnímají rizika a příležitosti, které jsou s nimi spojené, a jaká je role druhých v jejich mediálním životě a mediální gramotnosti.

Tento výzkum vychází z úmluvy Organizace spojených národů o právech dítěte (1989), které by mělo být považováno za sociálního aktéra s právem podílet se na tvorbě vlastního života a na rozhodnutích, které jej ovlivňují (Lewis & Lindsay, 2000; Tisdall, Davis, & Gallagher, 2009). Například v článku 12 je uvedeno: „Dítě, které je schopné si utvářet vlastní názory, má právo se svobodně vyjadřovat ve všech záležitostech, které na něj mají vliv.“ Článek 13 stanovuje, že „dítě má právo na svobodu projevu“, a článek 14 zdůrazňuje respektování práva dítěte na svobodu myšlení. Děti a nezletilí jsou následně touto studií chápáni jako odborníci na svůj vlastní život (Danby & Farrell, 2005; Rinaldi, 2006). Cílem tedy byla snaha o získání a pochopení přímých názorů na média, zkušeností s médii a získání představy o mediální gramotnosti mezi dětmi a mladistvými.

5.2 Sestavení vzorku

Stejně jako u studie z roku 2011 byli účastníci rozděleni do třech kategorií – předškoláci (5 až 7 let), školáci na I. stupni ZŠ (7 až 10 let) a školáci na II. stupni ZŠ (12 až 15 let). Cílem primárního výzkumu bylo prozkoumat mediální gramotnost dětí a mládeže, kteří žijí a vyrůstají v rozdílných kontextech a v kontrastním prostředí. Hlavním kritériem pro výběr jak vzdělávacích institucí, tak jednotlivých účastníků, kteří se na výzkumu podíleli, byla *různorodost a pestrost*.

Prvním kritériem pro **výběr školek a škol** bylo jejich rozdílné geografické, kulturní a historické ustanovení. Výzkumníci se ujistili, že vybraná vzdělávací zařízení vznikla a fungují v různých socioekonomických, kulturních a historických kontextech, byla lokalizována na vesnici, v malém městě a ve městě a zároveň se nacházela v Čechách, na Moravě a ve Slezsku. Druhým kritériem, které se týká etiky výzkumu, byla bezúhonnost instituce v jakékoliv formě diskriminace na základě pohlaví, rasy, národnosti, náboženství, zdravotního postižení či socioekonomického statusu (UNESCO, 1948). Třetím kritériem byl informovaný souhlas instituce s aktivní účastí na této výzkumné studii. Aktivní účastí je myšlena pomoc školy s výběrem konkrétních studentů, oslovení jejich zákonných zástupců a poskytnutí prostor pro realizaci ohniskových skupin a podpory v jejich průběhu. Přestože byly školy vybrány náhodně, tento informovaný souhlas rozhodl o konečném složení vzdělávacích institucí, které splnily všechna kritéria a která se do výzkumu nakonec zapojily.

Tabulka 1. Přehled vzdělávacích zařízení zapojených do výzkumu.

| Typ zařízení | Oslovená skupina osob mladších 15 let | Lokalizace | | Počet dětí v ohniskové skupině |
|----------------------|---------------------------------------|-----------------------------|-------------------------|--------------------------------|
| | | Velikost sídla ¹ | Geografická příslušnost | |
| Mateřská škola | Předškoláci | Vesnice | Morava* | 10 |
| Mateřská škola | Předškoláci | Město | Slezsko | 5 |
| Mateřská škola | Předškoláci | Město | Slezsko | 4 |
| Mateřská škola | Předškoláci | Malé město | Čechy | 6 |
| Základní škola | Děti mladšího školního věku | Vesnice | Morava | 6 |
| Základní škola | Děti mladšího školního věku | Město | Slezsko | 6 |
| Základní škola | Děti mladšího školního věku | Malé město | Čechy | 6 |
| Gymnázium (víceleté) | Děti staršího školního věku | Malé město | Morava | 8 |
| Základní škola | Děti staršího školního věku | Vesnice | Morava | 6 |
| Základní škola | Děti staršího školního věku | Malé město | Čechy | 6 |

Vysvětlivky:

* V této mateřské škole proběhla pilotní ohnisková skupina.

Výzkumníci dále požádali ředitele nebo učitele určené vedením škol k výběru 4–8 žáků z různých tříd tak, aby byli zastoupeni chlapci i dívky s odlišnými schopnostmi a rozdílným zázemím. Jejich zákonní zástupci byli o výzkumu informováni a dali písemné svolení k účasti dítěte na studii podepsáním příslušného formuláře ještě před příjezdem výzkumného týmu.

Celkově se výzkumu zúčastnilo 63 dětí a mladistvých, z toho 37 chlapců a 26 dívek, 20 žáků druhého stupně základní školy či nižšího gymnázia ve věku 12–15 let, 18 žáků prvního stupně základní školy ve věku 7–10 let a 25 předškoláků ve věku 5–7 let (blíže viz Přehled účastníků výzkumu v příloze 1 na s. 56). Větší zastoupení chlapců a větší počet dětí v poslední zmíněné skupině je způsoben pilotní ohniskovou skupinou v mateřské škole, kde bylo jednak více dětí, jednak větší část tvořili chlapci.

Jednalo o inkluzivní výzkum, to znamená, že tyto děti a mladiství měli dle učitelů rozdílné studijní předpoklady a školní výsledky.

¹ Jako město označujeme sídla s více než 50 000 obyvateli, zatímco malé město má cca 20 000 obyvatel. Vesnice chápeme jako sídla s méně než 5 000 obyvateli.

5.3 Výzkumná metoda

Na žádost RRTV byla zvolena metoda *ohniskových skupin*. Ohniskové skupiny byly moderovány výzkumníky podle scénáře předem schváleného objednatelem. Scénář ohniskových skupin pokrýval tři tematické oblasti: 1) vzorce užívání a tvorby médií, 2) reflexe dobrovolného a regulovaného užívání a tvorby médií a u školních dětí i vnímání role médií ve společnosti, 3) vnímání, výklad a tvorba vybraných mediálních obsahů a u školních dětí i znalost mediálního průmyslu.

Různorodost účastníků však vyžadoval rozdílný přístup jak z hlediska úrovně mediální gramotnosti účastníků, tak z hlediska realizace výzkumu. Přestože se mediální gramotnost obecně považuje za schopnosti a znalosti spojené s užíváním, analýzou a tvorbou různých mediálních forem, nelze opomíjet vývojové stádium dítěte. Reflexe a abstraktní a verbální myšlení (důležité pro analýzu médií a sdílení mediální zkušenosti) a stejně tak motorické schopnosti (ovlivňující tvorbu médií a užívání) prochází podstatnými změnami v období do zhruba devíti let věku. Nelze tedy zkoumat *stejným* způsobem *stejnou* mediální gramotnost.

5.3.1 Scénář a struktura rozhovorů

Scénář musel být natolik flexibilní, aby dovolil výzkumnému týmu pracovat efektivně a eticky s ohledem na jednotlivce i na věkové skupiny. Scénář však zároveň musel mít několik jasně daných shodných elementů, které zaručí jednotnost a transparentnost výzkumu. Sjednocujícími elementy ohniskových skupin byly hlavní témata, obecná struktura a typy pomůcek.

Témata se držela již zmiňovaných třech základních kategorií: 1) vzorce užívání a tvorby médií, 2) reflexe dobrovolného a regulovaného užívání a tvorby médií a u školních dětí i vnímání role médií ve společnosti a 3) vnímání, výklad a tvorba vybraných mediálních obsahů a u školních dětí i znalost mediálního průmyslu. Zjišťovalo se tedy, 1) jak účastníci výzkumu rozumějí médiím, 2) jaká média a jakým způsobem používají a vytvářejí, 3) jak vnímají rizika a příležitosti, které jsou s nimi spojené, a 4) jaká je role druhých v jejich mediálním životě a gramotnosti.

Struktura byla vytvořena pomocí balíčků karet a mediálních pomůcek. První diskuzní část začínala u dětí v předškolním a nižším školním věku kartami postav a pokračovala mediálními kartami, pak kartičkami odrážejícími tvůrčí činnost a nakonec končila rozhovorem o kartičkách s logy televizních stanic a on-line médií. U mladistvých staršího školního věku byla první série karet vynechána a nahrazena úvodní kontextuální diskuzí, například se jich výzkumníci ptali na jejich poslední návštěvu kina či divadla. Od mediálních karet dále se pak postupovalo ve stejném pořadí.

Druhá část zaměřená na aktivity byla spojená s mediálními pomůckami, začínalo se vždy tištěnými médii, pak se pokračovalo televizní ukázkou a končilo se multimediálními webovými stránkami. Ne vždy však byly použity stejné mediální pomůcky, a to s ohledem na věk dětí, jejich vývojové stádium, ale také na jejich aktuální přání či situaci. Zejména u předškoláků se výzkumníci snažili, aby děti účast na výzkumu zároveň bavila a aby si tak udrželi jejich pozornost. Proto bylo například připraveno více audiovizuálních ukázek jednoho typu, z nichž

si děti spontánně vybíraly, které by chtěly vidět (podle ikonky na počítači). Detailněji budou jednotlivé varianty mediálních pomůcek popsány v následující podkapitole.

Scénář rozpracovaný do tří variant podle věkových skupin participantů je k nahlédnutí v příloze 2 (kapitola 8.2 na s. 58). Celkově byla doba trvání ohniskových skupin odhadnuta na 50 až 60 minut, skutečná doba trvání se však lišila jednak podle času, který pro výzkum měla škola vyhrazený, jednak podle nadšení dětí v rozhovoru pokračovat. Zejména pro předškoláky byla taková aktivita náročná, na druhou stranu díky možnosti výběru oblíbených audioukázek se nejedna ohnisková skupina s předškoláky protáhla více, než bylo plánováno. Průměrná doba trvání byla 65,2 minut, délku jednotlivých ohniskových skupin ukazuje následující tabulka. Veškeré rozhovory s dětmi probíhaly během běžného provozu školy, pro děti to tedy byla možnost, jak jiným způsobem strávit dobu, kdy měly mít vyučování.

Tabulka 2. Podrobnosti o realizaci jednotlivých ohniskových skupin.

| Typ zařízení | Oslovená skupina osob mladších 15 let | Místo konání ohniskové skupiny | Posezení | Doba trvání (min.) | Další přítomní dospělí | Počet dětí v OS |
|--------------|---------------------------------------|--------------------------------|-------------------------------------|--------------------|-----------------------------|-----------------|
| MŠ | Předškoláci | běžná učebna | u stolečku do kruhu, na koberci | 71* | učitelka | 10 |
| MŠ | Předškoláci | ředitelna | na pohovce u stolu do U | 56* | ředitelka, sekretářka | 5 |
| MŠ | Předškoláci | běžná učebna | u stolečku do kruhu | 58 | ředitelka/ učitelka** | 4 |
| MŠ | Předškoláci | běžná učebna | na koberci do U | 67 | učitelka, kameraman | 6 |
| ZŠ | Děti mladšího školního věku | počítačová učebna | na podlaze do U | 70 | - | 6 |
| ZŠ | Děti mladšího školního věku | běžná učebna | na koberci do U | 70* | posledních 20 min. učitelka | 6 |
| ZŠ | Děti mladšího školního věku | herna | na koberci do U | 58 | - | 6 |
| G (víceleté) | Děti staršího školního věku | běžná učebna | u 2 lavic sražených k sobě do kruhu | 76 | - | 8 |
| ZŠ | Děti staršího školního věku | počítačová učebna | na podlaze do U | 66* | - | 6 |
| ZŠ | Děti staršího školního věku | herna | na koberci do U | 60 | - | 6 |

Vysvětlivky:

* Údaje o délce ohniskových skupin jsou uvedeny podle délky nahrávky. Ne vždy byla všechna nahrávací zařízení v provozu po celou dobu, proto je do tabulky uveden údaj ze zařízení, které bylo puštěno delší dobu. Hvězdičkou označené časy pochází z diktafonu, údaje bez hvězdičky byly zaznamenány kamerou.

** Jednalo se o učitelku a ředitelku mateřské školy v jedné osobě.

Učitelky pověřené vedením školy, ve dvou případech ředitelky, se některých ohniskových skupin účastnily také, a to zejména u předškoláků z důvodu případné podpory při konfliktech mezi dětmi, při nespolupráci dětí s výzkumníky a celkově z důvodu jistoty dětí, že je v místnosti někdo známý. U starších dětí se naopak takový postup jevil jako nevhodný. Mladší i starší

školáci by už měli tendenci vnímat učitele jako subjekt kontroly a mohli by mít větší zábrany vyjadřovat své názory otevřeně, proto v jejich případě žádný učitel přítomen nebyl.

Ohniskové skupiny probíhaly v místnostech, které pro tyto účely vyčlenila oslovená škola. Jednalo se nejčastěji o právě volné učebny, hernu a v jednom případě i ředitelnu (předškoláci ale i v tomto prostředí reagovali spontánně, jako by se jednalo o hernu). Ať už byla místnost jakákoliv, snažili se výzkumníci vždy eliminovat bariéru, která mezi nimi a dětmi mohla vzniknout, například si sedli s dětmi do kroužku na podlahu či koberec v místnosti, vybízeli je k tykání anebo se snažili navodit příjemnou atmosféru humorem.

5.3.2 Pomůcky

Jak už bylo uvedeno výše, k výzkumu byly využity vizuální a audiovizuální pomůcky. Výzkum se inspiroval např. prací Scotta (2000, s. 99), který argumentoval, že při sociálním výzkumu s dětmi nestačí pouze diskuze založená na verbálním projevu. Taková diskuse nemusí respektovat dětské schopnosti a úroveň abstraktního myšlení v ranějších vývojových fázích dítěte. Podle Dockettové a Perryho (2003) by se těmito otázkami měla zabývat každá studie, která pracuje s dětmi mladšími osmi let. Avšak i výzkum se staršími dětmi, mládeží a dospělými podporuje tento přístup z důvodu větší stimulace myšlenkových procesů jedince. Jak uvedl Harper (2002, s. 13), „komunikace založená pouze na slovech zaměstnává menší kapacitu mozku než komunikace, během níž je mozek nucen zpracovávat vedle slov i obrazy.“ Dále doplnil, že „obrazová elicitace nevyvolává jen větší množství informací, ale především jiný typ informací.“ (tamtéž, s. 13) Podle Epsteinové (2006) je pak rozhovor dětmi vnímán jako zábavnější a díky tomu se snáz zbaví pocitu, že jde o formu školního testu či zkoušení (Cappello, 2005; Horstman & Bradding, 2002).

V tomto výzkumu byly pomůcky rozděleny do dvou kategorií – karty a ukázky. V následujícím textu budou představeny v pořadí, v jakém byly zařazeny v rámci scénáře ohniskových skupin.

Karty

Všechny karty byly oboustranné. Z jedné strany byly zobrazeny objekty, k nimž se měla vztahovat diskuse, z druhé strany byly pokryté barevnou texturou (zelenou, černou, červenou, fialovou). Barevné pozadí se ukázalo jako praktické zejména pro samotné výzkumníky, ale bylo zajímavé i pro děti (zejména pro ty nejmenší).

Karty byly rozdělené do čtyřech skupin. První balíček karet obsahoval smyšlené i skutečné mediální postavy, např. Elsu (Ledové království), Krtečka, Boba a Bobka, Batmana, moderátory televizního pořadu Wifina, hrdiny Hvězdných válek, Taylor Swift apod.). U dětí (zejména nejmenších) bylo zjišťováno, zda všechny postavy znají, které z nich mají rády. Po krátké diskusi byly před dětmi ponechány ty, které mají nejradši, a byl přidán další balíček karet. (U nejstarší věkové kategorie participantů se tato fáze přeskočila.)

Obrázek 1. Ukázka karty s postavami superhrdinů.



Druhý balíček karet obsahoval mediální platformy (televize, rádio, MP3/4 přehrávač, chytrý telefon, tablet, počítač, divadlo, kino, noviny a časopisy a komiksy, knihy, herní konzole). Nejdříve byly děti dotazovány na to, kde se setkávají s postavami, které mají rády. Další otázky směřovaly na vzorce užívání médií, preference dětí, vnímané rozdíly mezi jednotlivými platformami, ne/výhody a rizika, které přinášejí, regulaci užívání médií a její důvody atd.

Obrázek 2. Ukázka mediálních karet.



Třetí balíček karet, který byl vyložen, se týkal různých doplňkových zařízení a pomůcek pro mediální tvorbu (kamera, fotoaparát, malovací a psací potřeby, audio rekordér, tiskárna apod.). V této souvislosti byli účastníci dotázáni na to, které z nich a k čemu používají, jak často, s kým, které mají nejraději. Pokud používají technologie nebo složitější zařízení, zajímalo výzkumníky, jak se je naučili ovládat a kdo jim s tím případně pomáhal.

Obrázek 3. Ukázka karet s logy televizních kanálů.



Poslední karty obsahovaly loga televizních kanálů (např. ČT, ČT Děčko, Nova, Prima) a internetových médií (Google, Seznam, Facebook, YouTube atd.). Kromě znalostí jednotlivých kanálů a internetových médií byli děti a mladiství dále dotazováni i na obsahy, které v televizi sledují, a činnosti, které na internetu provádějí, a další souvislosti. V každé ohniskové skupině se tedy rozhovor rozvinul částečně odlišným směrem podle preferencí účastníků a jejich postřehů. Pokud o tom účastníci nezačali sami, výzkumníci se ptali i na jejich názory na zpravodajství, příp. na rozdíly v televizní tvorbě, regulaci a financování televizního vysílání.

Obrázek 4. Ukázka karty s logy internetových médií.



Výzkumný tým měl k dispozici i prázdné karty, které se daly efektivně doplnit dle preferencí a zájmů účastníků, nebo v případě, že bylo něco (pro děti a dospívající důležitého) vynecháno v předešlých třech kategoriích.

Vizualizace pomocí karet byla efektivně použita již v předešlých mediálně zaměřených studiích s dětmi (např. Zezulková, 2015). Použité sady karet tak byly navrženy Markétou Zezulkovou a graficky zpracovány Hanou Mikulenkovou.

Mediální ukázky

Použití mediálních pomůcek se jako účinné ukázalo i během studie mediální gramotnosti prováděné Centrem pro mediální studia (pro RRTV) v roce 2011, proto byly do výzkumu začleněny i tentokrát. Ukázky, které sloužily k podnícení další diskuse, byly zařazeny v tomto pořadí: 1. noviny a časopisy, 2. audiovizuální ukázka, 3. webové stránky.

Dětem a dospívajícím byl (až na pilotní skupinu předškoláků) poskytnut větší počet různě zaměřených novin a časopisů², z nichž si na úvod měli vybrat ty, které mají rádi nebo které je nějak zaujali. Poté, co každý z účastníků objasnil důvody svého výběru, byla všem položena otázka, zda už někdy slyšeli slovo „reklama“ a zda se tato reklama objevuje v časopise, který si vybrali. Po hledání reklam a diskusi o nich výzkumníky zajímaly i rozdíly a podobnosti mezi jednotlivými tištěnými médii, názory dětí a mladistvých na jejich důvěryhodnost atd.

Obrázek 5. Mediální ukázky – tištěná média.



Další ukázky se týkaly audiovizuální a televizní tvorby. Zahrnovaly televizní reklamy, sponzorství pořadu a část televizního pořadu, popř. filmu s tzv. product placementem. Ukázky byly sestaveny odlišně pro různé věkové kategorie dětí a mladistvých, aby tak byly respektovány odlišnosti v jejich vývoji a zohledněna jim určená audiovizuální tvorba. Nejmenším dětem byla nejdříve puštěna ukázka z filmu „Čtyřlístek ve službách krále“ (2013), konkrétně ta část, v níž přijíždí na scénu kreslená postavička a zároveň maskot Pribináčku. K následné diskusi o postavičce ve filmu byla využita i celostránková reklama na Pribináčka v časopise Sluníčko. Dále byly předškolákům puštěny televizní reklamy dle jejich výběru (na výběr měli například reklamy na [Albertovu zahrádku](#), reklamu téhož prodejního řetězce se [Šmouly](#), dále reklamu na [Pribináčka](#) a [Bobíka](#), reklamu na [Lego](#)). Výzkumníci se dále snažili zjistit, jakým způsobem děti reklamní sdělení vnímají a proč si myslí, že se v médiích objevují.

² Jednalo se například o časopisy pro děti a dospívající (Sluníčko, Mateřídouška, ABC, Méďa Pusík, Popcorn, Top dívky), specializované časopisy (Pes, Myslivost, Score, Computer, Zbraně, 21. století) a noviny (Hospodářské noviny, Blesk).

Obrázek 6. Televizní reklama sledovaná dětmi v mateřské škole.



Dětem mladšího a staršího školního věku byly určeny stejné ukázky. Podle Piagetovy teorie kognitivního vývoje dochází ve věku 7 až 11 let k zásadní proměně dětského uvažování, začínají respektovat zákony logiky a dokážou uvažovat o různých aspektech daného objektu či situace. Zatímco v období od 11 do 12 let už jsou schopni uvažovat hypoteticky, abstraktně a přemýšlet o tom, co by mělo nebo mohlo být (Vágnerová, 2012, s. 45). Okolo 12. roku se už jejich kognitivní výbava podobá té, kterou má dospělý člověk, ačkoliv jim ještě chybí zkušenosti a sociální dovednosti (Livingstone, 2013, s. 286). Z hlediska kognitivního vývoje tedy bylo zajímavé ponechat stejné ukázky oběma skupinám. Ukázka zahrnovala samostatnou reklamu (na [tablet](#)), vizuální předěl s názvem „Reklama“ (z TV Prima) a část televizního pořadu „[Applikace](#)“. Obsah pořadu je přitom zavádějící, upozorňuje se zde na nejnovější technologie a zařízení, sdělováním konkrétních značek daných produktů ale reportáže působí spíše jako skrytá reklama či product placement. Následná diskuse se tedy týkala toho, kolik reklamního a redakčního obsahu pořad obsahoval, jak se pozná reklamní obsah atd.

Poslední ukázka se týkala používání internetu a webových stránek. Nešlo o ukázku v pravém slova smyslu. Děti byly vyzvány, aby se připojily na internet a vyhledaly stránky Prima Cool a ČT Děčka. Po krátké diskusi o obsahu na těchto portálech, jejich podobnostech s televizními pořady atd. výzkumníky zajímalo, na jaké stránky chodí jednotliví účastníci nejraději. Děti a dospívající pak názorně ukazovali, jak na internetu tráví čas (např. hraní oblíbených her, sledování youtuberů), kam nejraději chodí a co sledují, do jaké míry mají regulovaný přístup na internet ze strany rodičů i školy.

Obrázek 7. Jedna z nejoblíbenějších her mezi participanty – Minecraft.



5.3.3 Rozdíly oproti studii z roku 2011

Hlavní rozdíl mezi scénářem z roku 2016 a původní verzí z roku 2011 nespočívá jen v použití karet, ale především v přístupu k mediální zkušenosti dětí a mladistvých, která se v posledních letech ukazuje jako stále méně ohraničená mediálními platformami. Velký počet studií zaměřených pouze na jedno médium, anebo strukturovaných na základě jednotlivých forem a technologií, se setkává s mnoha problémy (Šťastná, 2015), které vyplývají z nedostatečného porozumění mediální zkušenosti, v níž jsou veškerá používaná média v dialogickém vztahu (Jenkins, 2006, 2013). Pro dnešní generaci je nejen přirozené používat několik médií najednou (CEMES, 2011), ale i o médiích takto kolektivně přemýšlet a diskutovat. Možností, jak se k tomuto fenoménu postavit, je pak několik. Parryová (2014) například použila téma strachu jako vstupní bod do celkové mediální zkušenosti dítěte, zatímco Woodfall a Zezuková (2016) si za tímto účelem vybrali zařazení všech běžně dostupných mediálních platform a technologií – tato strategie byla využita i v této studii.

5.3.4 Pořizování záznamů a ochrana dat

Průběh všech ohniskových skupin byl zaznamenán na několik nahrávacích zařízení: 2 diktafony a kameru. Ne vždy bylo nahráváno úplně vše. V některých okamžicích (např. u poslední mediální ukázky – procházení webových stránek) bylo využito pouze diktafonů. Výzkumníci se rozdělili a s diktafonem obcházeli děti, které seděly každé u jiného počítače, a povídali si s každým zvlášť. Vedení školy a rodiče dětí byli o nahrávání rozhovoru předem informováni a souhlasili s tím (souhlas vyjádřili podpisem tzv. informovaného souhlasu, v němž byly veškeré tyto skutečnosti stručně popsány).

Dětem bylo na úvod každé ohniskové skupiny sděleno, proč se ohnisková skupina koná, jaká bude její struktura a co se od nich očekává. Děti i mladiství byli informováni o svých právech (např. právu odejít, neodpovídat, pokud nechtějí) a o anonymitě jejich odpovědí. Byli ujištěni, že navzdory nahrávání bude zachována anonymita jejich odpovědí, neboť oba záznamy budou použity výhradně pro potřeby zpracování výzkumu a budou striktně neveřejné.

Zabezpečení ochrany osobních údajů odpovídá zákonu 101/2000 Sb. Informace získané v rámci projektu jsou považovány za důvěrné. Data jsou organizována a zpracovávána tak, že je vyloučena identifikace individuální osoby. Přístup k podkladům je omezen na řešitele projektu. Na vyžádání je přístup k podkladům umožněn zadavateli výzkumu.

6 Výsledky studie

V této části budou podrobněji prezentována zjištění, která realizace ohniskových skupin přinesla. Témata se držela již zmiňovaných třech základních kategorií: 1) vzorce užívání a tvorby médií, 2) reflexe dobrovolného a regulovaného užívání a tvorby médií a u školních dětí i vnímání role médií ve společnosti a 3) vnímání, výklad a tvorba vybraných mediálních obsahů a u školních dětí i znalost mediálního průmyslu. Podle těchto kategorií je tato část také strukturována.

6.1 Vzorce užívání a tvorby médií

6.1.1 Přístup

Účastníci měli zkušenost s používáním všech běžně dostupných médií a technologií od raného věku. Jeden chlapec staršího školního věku (Richard, P17, 14 let), který se zajímal o nové technologie, si již vyzkoušel i virtuální realitu a 3D tiskárnu. Většina zpovídaných dětí a mladistvých měla doma přístup k televizi a alespoň jeden počítač a mobil nebo chytrý telefon, jejich rodinné a osobní vlastnictví se ale velmi lišilo. Objevily se zde děti, které měly doma údajně pouze telefon a televizi (Jáchym, P55, 5 let), zatímco jiné děti tvrdily, že mají doma tři počítače (Aleš, P56, 6 let), vlastní televizi nebo „celou knihovnu“ (Jáchym, P55, 5 let).

V jedné skupině starších školáků byl chlapec (Libor, P13, 12 let), který neměl přístup k televizi, neměl vlastní mobil ani počítač. Přístup k počítači ale měl, protože jeho otec měl pracovní notebook a někdy mu ho půjčoval. V podobné situaci byl jeden chlapec ve skupině mladších školáků (Radim, P36, 8 let), který jako jediný ze skupiny a podle něj i ze třídy neměl mobil. Oba chlapci vyjadřovali touhu používat média a technologie, k nimž nemají přístup. Zatímco Libor toužil vytvářet animovaná a jiná videa, Radim si chtěl volat s ostatními a hrát hry. Libor deklaroval, že mu nedostatečný přístup k technologiím nevadí (jako jeden z mála uváděl jako nejoblíbenější média rádio a komiksy), Radimovi jeho situace vadila. Radim měl však na rozdíl od Libora přístup i k televizi, herní konzoli i počítači.

Mladší děti často mluvily o tom, že něco vlastnily, například tablet nebo telefon, ale že se jim to pokazilo, ztratilo, rozbilo, vybil, vyhodilo nebo prodalo. V tomto smyslu vynikala Edita (P20, 14 let): „Já už mám sedmý telefon v řadě a tehle jako po dvou měsících už byl zdevastovaný. (...) Rozbila jsem tři počítače, tři tablety a sedm mobilů.“ Škola a školka byly naopak místem, kde měly všechny děti bez rozdílu přístup k různým médiím a technologiím – od knih a divadla až k počítači a někdy i tabletu, i když používání elektronických a digitálních technologií zde bylo značně omezeno časem (Radima, P36, baví ve škole počítač, „...protože tam jsme málo“) a pedagogickými záměry: „...[na počítači děláme] informatiku.“ (Monika, P34, 9 let) „My občas i matematiku a český jazyk.“ (Zuzka, P37, 7 let)

Školy se podle dětí a dospívajících uchylovaly k blokování internetu šířeného prostřednictvím wi-fi. Ačkoliv tedy měla většina mladších a starších školáků přístup k internetu v chytrých telefonech, zpravidla neměli od rodičů placený přístup k internetu přes tzv. mobilní data a využívali připojení k wi-fi síti. Zatímco na gymnáziu to studentům sice vadilo, ale dokázali se

bez internetu během pobytu ve škole obejít („Tak dá se bez toho přežít.“ – Michal, P1, 15 let), na jedné základní škole se starší školáci svěřili, že omezení obcházejí. „My chytáme [wifi] z vedlejšího domu.“ (Jirka, P16, 12 let) Jeho spolužák Zdeněk (P15, 12 let) k tomu dodal: „Na tom je celá škola. Ti, co jsou blíž k tomu paneláku.“

6.1.2 Preference a zvyklosti

Ve většině skupin byla napříč věkovými kategoriemi zmiňována především elektronická a digitální média jako ta nejoblíbenější (počítač, tablet, telefon, televize, herní konzole). V každé skupině se objevili zastánci tradičních médií (knihy, časopisy, komiksy), ale byli spíše v menšině. Preference se u většiny dětí částečně lišily, zároveň však bylo možné najít určité podobnosti mezi dětmi určitých věkových kategorií.

Participantů napříč věkovými kategoriemi se také shodovali, že nelze určit pouze jedno médium, které by vnímali jako to nejoblíbenější. „Mě spíš baví všechno,“ shrnul to Daniel (P25, 9 let). Jiné děti se rozhovořily podrobněji: „Já ráda poslouchám muziku, takže ta mp3ka. Telefon, to mám ráda jako na pohádky nový. Noviny, to mám třeba časopisy (...) si jako ráda čtu. (...) Rádio, to máme každé den zaplý ráno. (...) A knížku čtu taky ráda.“ (Nikola, P38, 10 let) „...Tak mobil jasně, televize a tak napůl knížky.“ (Zdeněk, P15, 12 let) „Tak hlavně ten počítač, nebo ty zařízení s tím internetem, mobil, tablet a jinak do kina třeba na ty filmy...“ (Martina, P4, 14 let) U předškoláků se zase objevovalo sledování oblíbené postavy napříč médii.

Předškolní věk

Předškolní děti, které se účastnily výzkumu, měly nejraději **pohádky a příběhy** (psané, hrané, kreslené i mluvené). „Mě baví všechny pohádky,“ uvedl Jakub (P49, 5 let). Jako oblíbené motivy měly zvířátka a pohádkové či jiné mediální postavy a v porovnání se staršími dětmi se u nich výrazně projevovaly i preference založené na pohlaví. Winx, Monster High, Máša a medvěd, Elsa a Minnie byly jmenovány spíše dívkami, zatímco Blesk McQueen, Batman, Hvězdné války, Superman a další superhrdinové byli oblíbení mezi chlapci. Určitá část postav pak byla „genderově neutrální“ a zmiňovali ji jak dívky, tak chlapci (Spongebob, Krteček, Doktorka Plyšáková a ovečka Shaun). U předškoláků se často objevovalo sledování oblíbené postavy napříč médii. Václav (P43, 6 let) tak například své oblíbené Angry Birds nejčastěji sledoval či hrál „na tabletu, na počítači, na telce a na mobilu.“ Následně dodal, že s motivy Angry Birds má i knížky a hračky.

Děti v této věkové kategorii zmiňovaly, že mají rády i **knížky** („Já mám rád úplně všechny.“ – František, P44, 6 let), ale jakmile dostaly otázku, zda jsou lepší knížky, nebo ostatní média, vyhrávala to digitální média (tablet, počítač). Zatímco digitální média už podle jejich slov většinou ovládaly samy, knížky a časopisy spíše procházely s někým dalším. Ne všechny zpovídané děti ale měly doma podmínky pro společné čtení. Zejména děti ze sociálně znevýhodněných rodin uváděly v tomto ohledu jiné odpovědi: „Já nemám žádné knížky,“ konstatoval Aleš (P56, 6 let). Denis (P57, 7 let) zase přiznal, že s ním doma nikdy nikdo knížky nečetl: „Ne, já jsem se vždycky díval jenom na televizi na pohádky.“ Na druhou stranu některé děti uváděly, že s nimi čte celá rodina (např. Eliška, P62, 5 let), některé četly se sourozenci (Andrea, P61, 6 let) nebo s rodiči (Radka, P60, 5 let).

Další oblíbenou aktivitou účastníků výzkumu byly **hry** a hlavolamy ve všech formách, od bludiště v časopise až po hry na počítači či Nintendo Wii a Xbox. „Já miluju ty hry,“ ukazuje na stránky Mateřídoušky Emil (P50, 6 let). Na hry zpovídané děti nejčastěji používaly tablet, počítač nebo chytrý telefon od rodičů, ale v několika případech měly přístup i k herním konzolám nebo Xboxu. „...[Hry hraju] na tabletu. Anebo tady třeba pinkám nějaké míček třeba na televizi. (...) Jo, já hraju jednoho chlapečka a ten chlapeček, když pinká, tak to jsem já.“ (Radka, P60, 5 let)

Předškoláci účastníci se výzkumu také velmi rádi **tvořili**. „Já vyrábím radši.“ (František, P44, 6 let) Malovací a psací potřeby byly velmi oblíbené. „Mě napadlo jednou o víkendu, že bych si jako vytvořila dýničku, tak jsem si to nějak namalovala, vybarvila a vystříhla,“ svěříla se Lucie (P63, 6 let). „Já tvořím s nůžkami, s papírem a... s tužkou.“ (Ivan, P58, 6 let) Některé děti bavilo tvořit pomocí úkolů v časopisech, které měly k dispozici doma (např. Sluníčko), jiné k nim měly přístup v mateřské škole. „Líbí se mi na tom tohle,“ ukázala Lucie (P63, 6 let) na stránku s vystřihovánkami v dětském časopise. Andrea (P61, 6 let) vidí vystřihovánky jako jednu z výhod časopisu: „Tam si to můžeš vystříhnout a prohlídnout. A tady si to můžeš i přečíst.“ Děti bavilo malování „jen tak“ i vybarvování omalovánek. „My tohle máme doma [ukazuje na kartu tiskárny] a máma mi na tom tiskne omalovánky.“ (Radka, P60, 5 let) Andrea (P61, 6 let) se svěříla, že si se sestrou hrály na divadlo: „My jsme jednou s Kátou hrály divadlo.“ Některé zpovídané děti měly zálibu ve focení, to ale podle jejich slov někdy předpokládalo pomoc dospělých. „Jako že táta mi to tam jako dá, abysm mohla fotit, a já něco vyfotím. A pak se mi tam vždycky ukáže ta fotka, co jsem vyfotila.“ Zatímco Radka (P60, 5 let) fotila na klasickém fotoaparátu, Jarda (P42, 6 let) fotil pomocí tabletu a o pomoci druhých se nezmiňoval.

Používáním médií si některé děti krátily dlouhé chvíle při cestování, například v autě poslouchali rádio nebo používali tablet či mobil. „Jo a třeba já občas, když jedeme někam daleko, tak vezmu s sebou (...) tablet a potom tam poslouchám nějaký písničky. I když nemám žádný sluchátka k tomu.“ (Lucie, P63, 6 let) Před spaním řada dětí preferovala pohádku „na dobrou noc“, ať už v jakékoliv podobě. „Já mám Spongebob nejradši večer.“ (Emil, P50, 6 let) „[Já poslouchám] u spinkání. (Dušan, P51, 6 let). „No, já jak jsem v posteli, tak pouštím televizi jenom.“ (Denis, P57, 5 let) Podle Františka (P44, 6 let) jsou knížky dobré „...jenom na noc.“

Děti, které se zúčastnily výzkumu, bavilo používat média a technologie jak samostatně, tak s kamarády, rodinou a pedagogem. U některých se zdálo, že mají k určité technologii dokonce bližší vztah, jako např. u Kláry (P41, 5 let):

Výzkumník: „Kde je ten tablet [myslí kartičku tabletu]? Mně někdo ukradl tablet! Přiznejte se, kdo má v ruce tablet.“

Paní učitelka: „Klárka (P41) má strašně ráda tablet, ale ta ho určitě v ruce nemá, že ne? Ale má ho tam!“ [smích všech]

Mladší školní věk

Co se týče **oblíbených postav** a mediálních obsahů, preference zpovídaných mladších školáků byly oproti předškolákům poměrně odlišné. Stále se například objevovaly některé postavy, které měli rádi i předškoláci (např. ovečka Shaun, Angry Birds, Michal³, Spongebob), další zmíněné jmenovali jen mladší školáci (Wifina, Taylor Swift) a některé byly na jejich návrh dopisovány na prázdné kartičky (Shrek, Simpsonovi, Harry Potter). Opět se objevily postavy a mediální obsahy, které zmiňovaly jen dívky (Elsa, Ordinace v růžové zahradě), a ty, které jmenovali jen chlapci (Kobra 11, Jurský park, Liga spravedlivých, Transformers). Radim (P36, 8 let) se v této souvislosti zeptal, jestli místo zpěváka nebo herce může jmenovat oblíbeného ilustrátora (jednalo se o Markétu Vydrovou, která ilustruje knihy pro děti). **Genderové odlišnosti** byly patrné i v případě výběru počítačových her – zatímco dívky zmiňovaly hry o vaření (např. Vendula, P28, 8 let), chlapci uváděli, že hrají fotbal (Oldřich, P32, 9 let), pistole a auta (Dalibor, P31, 9 let) a tzv. střílečky (např. Standa, P23, 10 let, Marek, P21, 9 let). Marek (P21, 9 let) popisuje poslední zmíněné následujícím způsobem: „No, to je, to jsi v baráku a snažíš se přežít do šesti ráno. Tam jsou strašné zrůdy a oni někdy přijdou do pokoje a oni tě pobijou.“ Fenoménem, který zasahoval většinu dětí v této věkové kategorii nehledě na pohlaví, byla počítačová hra Minecraft.

Jako **oblíbená média** byla ve skupinách mladších školáků nejčastěji uváděna ta, která umožňovala hraní her (mobilní telefon, tablet, počítač, Xbox), popř. sledování oblíbených audiovizuálních děl (televize, YouTube), nebo čtení oblíbených příběhů (např. Čtyřlístek). Mobilní telefon vnímali mladší školáci spíše jako multifunkční zařízení: „No, já na něm volám, smskuju, posílám selfička a hraju na něm hry.“ (Monika, P34, 9 let) „Já většinou fotím fotky. (...) Někdy si zahraju hru nebo jsem na YouTube. (...) No a píšu si taky s kámoškama přes What's Up.“ (Nikola, P38, 10 let) Podobně tak i počítač bylo podle nich možné použít pro různé účely. Některé děti ho používaly pro vzdělávací účely a na vypracování úkolů do školy: „No, když si chci uplést nějakou postavičku z gumiček, tak si najdu, co chci, a oni ti tam ukazují, jak to mám udělat.“ (Aneta, P37, 9 let) Iveta (P35, 10 let) zase používala nejčastěji Google k vyhledávání obrázků, které pak vkládala do powerpointových prezentací. Prezentace podle svých slov vytváří „jen tak“, nebo i jako školní povinnost. Pomocí počítače se ale zároveň zpovídání mladší školáci bavili a trávili na něm volný čas. Každý měl rád trochu něco jiného. Některé děti trávily čas na Facebooku, jiné hraním her nebo sledováním youtuberů. Radim (P36, 8 let) se například rád díval na YouTube, jak někdo jiný staví lego, a sám to pak zkoušel. Podobně tak rád sledoval Gamera na YouTube a studoval, jaké strategie volí při hraní počítačových her, aby je pak mohl sám použít. Nikola (P38, 10 let) odebírala oblíbené youtubery a podle jejích slov by ji bavilo být youtuberkou. Youtubery a streamery jako oblíbené „postavy“ zmiňovalo více dětí.

Kromě digitálních médií ale zpovídání dětí této věkové kategorie uváděly i tištěná média (knihy a časopisy), Iveta (P35, 10 let) se dokonce označila za závislou na četbě knih: „Já třeba za den přečtu klidně i 50 stránek.“ Radim (P36, 8 let) zase oceňoval, že časopisy pro děti obsahují vystřihovánky a papírové modely, nadšeně pak ukazoval, že hrad ve vybraném časopise už

³ Pozn.: Jedná se o moderátora Kouzelné školky, televizního pořadu ČT.

má doma postavený. Nikola (P38, 10 let) zase uvedla, že celá rodina odebírala časopis Psi kusy, do kterého pak přispívali: „My jsme tam dávali i fotky našeho psa i článek psa.“

Jak už bylo uvedeno výše, pokud byly děti postaveny před otázku, jaké médium mají nejraději nebo které by jim nejvíce chybělo, měly často potíže vybrat jedno jediné. Obvykle pak jmenovaly více médií najednou, nebo jmenovaly jedno, ale poté se opravily a uvedly jiné. Celkově byly zpovídané děti v této věkové kategorii nadšené, měly o vše zájem a vše chtěly vyzkoušet, což se projevovalo i tím, že jejich mediální zkušenost byla rozmanitější než u dětí předškolního věku, ale v některých ohledech i více než u mladistvých, jejichž preference byly vytříbenější a specifitější a zvyklosti ustálenější.

Nejvýraznějším příkladem byla právě **mediální tvorba**, při které zpovídané mladší školní děti rády experimentovaly a zkoušely, jak své vlastní schopnosti, tak média a technologické možnosti. Vedle fotografování a práce s obrázky (Google obrázky – Iveta, P35, 10 let; přispívání do časopisu – Nikola, P38, 10 let) měly velký zájem o tvorbu a sdílení vlastních videí. Monika (P34, 9 let) natáčela i stříhala pomocí mobilu: „Já jsem včera natočila video vtipný, na vyjmenovaný slova po z. (...) No, tak já jsem to dělala s panáčkama. (...) A pak jsem to ještě sestříhávala.“ Marek (P21, 9 let) zaznamenával svou nebezpečnou jízdu na kole: „Já si dávám někdy, si to připevním telefon na kolo a já jezdím někdy jak zabiják. (...) Jak jsem jel na kole, tak jsem tam jednou udělal smyk a já jsem to potom dal na YouTube.“ Komentáře prý žádné neměl, ale uvedl: „...Jak tam je ten palec nahoru, tak už jsem jich tam měl tak padesát.“

Lenka (P26, 8 let) se svěřila, že má vlastní kameru a že ji používá se sestřenicí (14 let): „...Ořezáváme videa a přidáváme tam i nějaké fotky a pak je z toho třeba nějaký dlouhý film.“ Sestřenice ji učí, jak se video natáčí a stříhá, následně hotové video buď někomu přímo pošlou, nebo ho její sestřenice nahraje na internet. Podobnou zkušenost měla i Nikola (P38, 10 let): „Já mám sestru starší a rádi spolu natáčíme muzikály.“ Zuzka (P37, 7 let) zase uvedla: „My jsme s Bárrou... natočily video a teď se to dává na YouTube.“ **Společné používání médií**, ať už ke tvorbě či společnému hraní, deklarovalo více dětí (Iveta, P35, 10 let; Aneta, P33, 9 let). Navzájem si se sourozenci, sestřenicemi, bratřenci či vrstevníky pomáhali a učili se. Zuzka (P37, 7 let) například pomáhala mladší sestře ovládat tablet, Aneta (P33, 9 let) pomáhala mladšímu bratrovi hrát hru.

Starší školní věk

Počítač a mobil patřily mezi staršími školáky, kteří se účastnili výzkumu, k těm nejdůležitějším. Počítač byl vnímán nejen jako prostředek k připojení na internet a zábavě, ale také jako praktické zařízení. „Je [to] dobrej pomocník,“ uvedla Edita (P20, 14 let). Právě Edita však popsala k počítači i jistý citový vztah: „Protože prakticky já už k tomu mám vztah, jako kdyby to byl můj třetí kamarád, je něco jako živej a něco jako virtuální...“ Alice (P19, 15 let) zdůraznila jeho potřebnost do školy: „Třeba já si myslím, že ten počítač by mi třeba taky chyběl, ale úplně jakoby v jiným směru. Když pak po nás chtějí napsat tu závěrečnou práci, tak to musíte psát na počítači a musíte to vytisknout.“ Výjimku tvořil Mirek (P18, 15 let), který se svěřil, že i vícestránkové práce do školy vytváří na svém mobilu: „Mně by asi nejvíc chyběl ten telefon, protože teďka, jak dělám tu závěrečnou práci, tak já to dělám vlastně na mobilu, protože na počítači jsem nemohl, protože tam nemám stáhlej Word.“ Výhodou podle něj je, že si na tom může pracovat i během dojíždění do školy.

Při dalším dotazování však bylo zjištěno, že to, co by jim chybělo ze všeho nejvíce, je **internet**. „...Ještě horší by byla wifina, kdyby nebyla. (...) To je pak k ničemu ten telefon a počítač.“ (Jirka, P16, 12 let) Vzhledem k tomu, že mobilní data měli účastníci výzkumu v telefonu pouze výjimečně, stěžovali si na omezení přístupu k wi-fi síti ve škole. Důvodem nespokojenosti bylo například i to, že se nemohou podívat na známky ve své elektronické „žakovské knížce“ tak rychle (viz také kapitola 6.1.1).

Pro některé dospívající byly na prvním místě **knihy**, pro jiné byly jedním z řady médií, které používají. „No, já nevím, já bych to bez knížek asi nezvládla. Jakože já to nedokážu v žádném jiném provedení ten příběh tak jako vcítit, prostě se do toho tak vžít jako do těch knih. A jako mě by to vážně chybělo.“ (Katka, P3, 14 let) Podobně se v jiné skupině vyjádřila Alice (P19, 15 let): „Protože to je pro mě takový odreagování, někdo jde zahrát si na počítači – asi většinou – a já si jdu číst.“ Knižní zpracování příběhu je podle ní vždycky lepší než to filmové. „...Mně většinou vyjde, že knížka je lepší prostě, protože já si to představuju úplně jinak.“ (Alice, P19, 15 let) Nejednoznačný postoj ke knihám měl Zdeněk (P15, 12 let), který na jednu stranu tvrdil, že ho četba knih baví, na druhou stranu se zdálo, že se to zdráhal přiznat. „Jako teďka jsem začal číst a předtím jsem knížky úplně nenáviděl. (...) No, jakoby zajímá mě to dost, ale furt mě to natolik nepřesvědčí prostě, že by sem si šel číst, ale jakoby bavěj mě.“

Dále se, jak již bylo zmíněno, uživatelské zvyklosti a preference mezi **staršími** účastníky výzkumu vyznačovaly především svou různorodostí a snahou o vytvoření si vlastního mediálního světa šitého na míru, přičemž hlavními kritérii výběru byla dostupnost, rychlost a personalizace médií a jejich obsahů. Nejvíce vyhovoval specifickým požadavkům mladistvých internet, nejméně rozhlasové vysílání, zatímco televize se ukázala být někde uprostřed. Na internetu se tento fenomén například projevoval tím, že dospívající preferovali používání několika sociálních sítí specializovaných na určitou aktivitu, a tím, že bylo jejich sdílení **na sociálních sítích** především soukromé, zaměřené na jednu osobu či na blízké okruhy lidí (například spoluhráči, spolužáci, rodina) raději než na velké množství přátel či širší veřejnost. Například Facebook byl mezi zpovídanými školáky vyčleněn jako místo pro komunikaci, konkrétně pro chatování přes messenger a třídní skupiny. „Máme vlastně třídní chat a vždycky se domlouváme třeba, co máme za úkol a co se píše, abychom všichni věděli.“ (Daniela, P6, 14 let) „Třeba když potřebuju dělat s kamarádkou nějaký úkol, tak tam je žádost přes ten Facebook, můžeme volat zadarmo, když jsme na wifí a že za to nemusíme platit, vybit kredit. Je tam taky ta webkamera, takže se můžeme vidět, to je taky dobré.“ (Šárka, P11, 13 let) Martina (P4, 14 let) uvedla, že fotografie a další obrázky raději sdílí na Pinterestu: „Já to mám jakože uložených kolem tří tisíc nebo čtyř tisíc obrázků a asi třicet nebo čtyřicet nástěnek, (...) Většinou to mám veřejné nebo sdílím třeba některé ty nástěnky třeba s mamkou, že si vyměňujeme obrázky.“ Skype měl vedle komunikace se vzdálenou rodinou (Liba, P12, 13 let: „Voláme se strejdou z Austrálie.“) důležitou roli při hraní on-line her: „Skype třeba s kamarádama, když hrajeme nějaké hry na počítači, tak si u toho voláme.“ (Tomáš, P2, 15 let) Katka (P3, 14 let) zase používala Tumblr, kde trávila hodně času prohlížením blogů jiných uživatelů, ale i například překládáním článků jiných uživatelů z angličtiny.

Hudba byla pro většinu starších školáků účastnících se výzkumu hlavním kritériem výběru rozhlasové stanice, některým ale vadilo, že „...většinou ta stanice není specializovaná na nějaký ten žánr, takže tam je takový mišmaš.“ (Martina, P4, 14 let). Libor (P13, 12 let) byl naopak s výběrem hudby v jedné z nejposlouchanějších komerčních stanic spokojený a rádio označil za své nejoblíbenější médium. Výjimkou byla v tomto ohledu Daniela (P6, 14 let), která

se svěřila, že ráda poslouchá publicistické pořady na Českém rozhlase. Účastníci nezmiňovali rozhlasové vysílání šířené prostřednictvím internetu, protože v tomto prostředí si hudbu pouštěli spíše přes YouTube (např. Daniela, P6, 14 let), případně přes Spotify (Katka, P3, 14 let), který umožňuje tvoření a sdílení hudebních knihoven.

K **televizi** přistupovali zpovídání mladiství nejednoznačně. Na jednu stranu někteří z nich tvrdili, že by se bez televize obešli: „Bez televize bych asi mohl být.“ (David, P7, 13 let) „Já se už prakticky na televizi nedívám přes dva roky a myslím, že jsem o nic moc nepřišla.“ (Edita, P20, 14 let) Na druhou stranu se další z této věkové kategorie rádi dívali i na pořady pro dospělé (např. zábavné televizní show – Mirek, P18, 15 let; Ordinance v růžové zahradě – Šárka, P11, 13 let; Radek, P14, 13 let; Na vodě – Jirka, P16, 12 let; Zdeněk, P15, 12 let) a uváděli, že se raději dívají v době, kdy se to vysílá (Richard, P17, 14 let). Alice (P19, 15 let) uvedla, že se ráda dívá zejména na dokumentární filmy na Prima Zoom: „Hodně se koukám na konspirační dokumenty o těch teoriích, protože mě zajímá jakoby, jak se dokáže manipulovat s minulostí, jak se manipuluje, a takový ty záhady ve světě, Bermudské trojúhelník, newyorská dvojčata a takhle.“ Jak se však ukázalo, někteří nechápali televizi jen jako zařízení k příjmu klasického televizního vysílání, ale také jako přehrávač oblíbených pořadů či jako zařízení, přes které se mohou připojit i na internet. „Tak já si na tom pouštím třeba různé seriály, že si nějaký najdu a pak si na tom třeba pouštím ty seriály. Nebo nějaké filmy nejčastěji. (...) Buď ze záznamu, nebo si je třeba stáhnou přes uložit.“ (Martina, P4, 14 let). Daniela (P6, 14 let) zase uvedla: „...Třeba s tím HBO, tak jak tam běží Hra o trůny, tak většinou je k tomu i HBO GO, což je vlastně na internetu a tam jsou všechny ty filmy, co tam kdy běžely, takže to je fajn, protože pak večer si pustím nějaký film...“

Na rozdíl od mladších školních dětí účastnících se výzkumu byli starší školáci více zdrženliví ve tvorbě a především při sdílení nebo nahrávání videí na internet. To se projevilo například při diskuzi o **youtuberech a streamerech**. Michal (P1, 15 let) vysvětlil, jak si videa youtuberů ke zhlédnutí vybírá. V případě youtuberů, kteří se natáčejí při hraní počítačových her, to není jen o tom hrát, ale podle něj se musí snažit „ty lidi přitom i bavit, že to není jen o tom, že by prostě seděl, nic neříkal a jenom hrál a všichni se na něj dívali. Ale že musí u toho dělat nějakou show, protože pak ti lidi (...) by se na to nedívali.“ I pro Editu (P20, 14 let) je důležité, aby pro ni video mělo nějaký další přínos: „Já se dívám jenom na ty videa, který mi něco dají. Třeba nějaké zážitky ze hry, kterou já si nemůžu třeba dovolit. Nemám na to a to vybavení, který potřebuju, protože to stojí zase další prachy, takže [se dívám] na nějaký Let'splaye nebo nějaký takový ty Challengery.“ Kromě obsahu vulgarismů a nesmyslnosti videí od některých youtuberů kritizovali účastníci riziko, že se autoři videí ztrapní. Michal (P1, 15 let) k tomu uvedl: „...Kde to není promyšlené, tak mi přijde, že ten člověk ze sebe akorát dělá na internetu blbce.“ Podobného názoru byl i Zdeněk (P15, 12 let), ačkoliv youtubery sleduje, hodnotí je negativně: „Někdo se vážně tím spíš ztrapní, než proslaví, jako vážně by spíš měli přemyslet, co tam dají lidem.“ Podle Edity (P20, 14 let) je to snaha zaujmout uživatele: „Jako ten šílenec, kdyby tam teď nedal tu blbost, tak by neměl přes 2 miliony zhlédnutí.“ Michal (P1, 15 let) někdy zvláštní chování youtuberů vysvětlil tak, že se jedná o jejich záměr: „...Podle mě on v jádru není takový člověk. Já se ho zas na druhou stranu nechci zastávat, neznám ho osobně, ale myslím si, že tím jenom utváří tu svoji image.“

Podle některých dospívajících nebylo důvodem toho, že taková videa nevytvářejí, to, že by to neuměli. Katka (P3, 14 let) zhodnotila, že „natočit video na YouTube není zas tak složité.“ Jiní starší školáci se o to ale pokoušeli a neúspěšně. Libora (P13, 12 let) lákala se do komunity

youtuberů zapojit, ale nedařilo se mu: „S kámošem jsme si říkali, že bychom natáčeli hry, (...) Minecraft, ale ani jednomu z nás nedovolili založit účet na YouTube.“ Snažil se také vytvářet animovaná videa: „No, jsem zkoušel si udělat, stáhnout úpravu videí na to sestřihávání a různé jako efekty tam, ale to se mi nepodařilo stáhnout...“ (Libor, P13, 12 let)

Když už chtěli o mediální tvorbě či práci s technologiemi starší školáci s výzkumníky více diskutovat, jednalo se o jejich vážného koníčka, na kterého byli pyšní. Martina (P4, 14 let) například popisovala, že digitálně kreslí, ale zkouší i tradiční techniky kreslení. Dodala, že pro takové účely upřednostňuje počítač: „A je tam třeba větší paměť. Nebo se tam dá dát třeba grafická karta, dá se na tom dělat nějaká grafika. Já jsem to právě zkoušela na tabletu, ale to moc nešlo, ale na počítači to je lepší, když se třeba kreslí nebo když se dělá nějaká animace.“ Martina se také svěčila, že by se grafikou ráda zabývala i v dalším studiu, ale pokud to nepůjde, ponechá si to alespoň jako koníčka. Edita (P20, 14 let) se zaměřovala na programování a „vytuňování“ svého počítače, což ji naučil její starší bratr. Richarda (P17, 14 let) zajímaly nové technologie, a proto se rozhovořil o navrhování a kreslení ve speciálním softwaru pro 3D tiskárnu, kterou vlastní. Tiskne prý všelijaké věci, nejčastěji ale „tátovi do auta (...) takový plastový všelijaký úchytka.“ Vyprávěl také o svém nadšení ve virtuální realitu (na internetu si proto koupil speciální brýle) a novinky ve světě mobilů, protože to ho hodně baví a zajímá. Richard (P17, 14 let) uvedl, že by se jednou chtěl živit jako „redaktor, [který] jezdí na ty různé konference“ o nových technologiích, nebo „...klidně mít i nějakou takovou opravovnu na tydlety vybavení.“ Šárka (P11, 13 let) byla zase zapojena práce na školním časopisu, na kterém se podílela od fotografování a psaní článků až po grafickou úpravu a distribuci. Výzkumníkům hrdě ukazovala výsledky redakce – jednotlivá čísla časopisu.

6.1.3 Měnící se mediální zkušenost a potřeby

Děti i mladiství napříč věkovými kategoriemi si byli vědomi svých měnících se mediálních preferencí a zvyků. Například David (P7, 13 let) vysvětlil: „Dřív jsem měl rád spíš ty časopisy. Tak když jsme šli třeba do obchodu, tak jsem prosil mamku, ať mi nějaký koupí, třeba s Mickey Mousem. A teďka spíš ten počítač, tam trávím většinu volného času.“ Ivan (P58, 6 let) zase vzpomínal na televizní pořady: „A když jsem byl malej, tak tam na Barrandově, tak tam byly ty překážky. (...) Něco podobného jako Drtivá porážka...“ A Marek (P21, 9 let) ukázal na kartičky se Spidermanem a Auty a podotkl: „Já bych řekl, že když jsem byl malý, tak jsem se díval na tydle dvě, ale teď už se na ně nekoukám.“ Markéta (P9, 14 let) se při výběru časopisu natáhla pro Médů Pusíka a pak volbu zdůvodnila: „Protože jsem to četla jako malá a hrozně mě to bavilo.“ Mirek (P18, 15 let) zase při diskusi o strašidelných filmech a pořadech uvedl: „Spíš teďka až, když jsem byl jako velkej... Tak spíš se mi možná trochu něco zdálo, ale... (...) Ale asi když jsem byl malej, tak si myslím, že jsem na nějaké horory nebo tak nekoukal. Spíš na nějaký pohádky nebo tak.“

Preference a zvyklosti se u účastníků výzkumu neměnily pouze v závislosti na dospívání jednotlivých participantů, ale i v souvislosti s technologickým vývojem. Někteří starší školáci vnímali vývoj technologií jako rychlý: „Mění se to, určitě to jde hodně dopředu teďka.“ (Richard (P17, 14 let) Edita (P20, 15 let) srovnala vlastní zkušenost s mladšími školáky: „Vyvíjí se to, my to třeba vidíme na těch mladších žácích tady ve škole. Třeba my jsme měli telefony až ve třetí, ve čtvrtý třídě a ještě po mamce...“ Alice (P19, 15 let) ji doplnila: „...A teďka přijde nějaký druhák sem do školy s iphonem 6 a dělá na tom hry a jede...“

Děti a mladiství, kteří se účastnili výzkumu, objevovali pro ně nové **mediální obsahy napříč různými platformami**. Jak již bylo uvedeno na začátku kapitoly 6.1.2, u předškoláků se často objevovalo sledování oblíbené postavy napříč médii a platformami. Václav (P43, 6 let) tak například své oblíbené Angry Birds nejčastěji sledoval či hrál „na tabletu, na počítači, na telce a na mobilu.“ Klára (P41, 5 let), která označila za nejoblíbenější postavičku Elsu, hlavní hrdinku filmové pohádky Ledové království, kterou viděla a měla ji v oblibě. Podobně na tom byla i Vendula (P28, 8 let), která výzkumníkům vyprávěla i část děje a pamatovala si věrně i některé repliky z filmu. Mezi mladšími školáky byla v tomto ohledu velmi „úspěšná“ hra Minecraft a seriál Simpsonovi, s nimiž se setkávali v mnoha různých podobách (kniha, film, hra, hračky).

Starší žáci upozorňovali na lineární posloupnost například při uvádění nových filmů. Michal (P1, 15 let) vysvětlil, jaký volí obvykle postup, když se objeví nějaký nový film: „Tak v kině určitě, když je nějaký nový film. Pak se to dá sledovat přes internet nebo tak se to dá někde najít, takže počítač... Jinak noviny, časopisy (...), tak prostě že se o tom píše a že se to řeší...“ Tomáš (P2, 15 let) to měl podobně: „Prostě první vždycky do kina, pak na internetu a na počítači a pak to vidím v televizi.“ Alice (P19, 15 let) upřednostňovala nejdříve původní dílo (knihu) a poté teprve jeho filmové zpracování. Po otázce výzkumníka, zda ví, že na námět její oblíbené knihy existuje i film, odpověděla: „Jo, ten jsem ještě neviděla. Já si to radši přečtu a pak... [film].“ Jak už bylo uvedeno výše, právě Alice ale byla přesvědčená o tom, že jí kniha umožní pocítit jiný a lepší zážitek z daného příběhu. To potvrdila i Daniela (P6, 14 let): „...Knížky jsou vždycky lepší než film.“ Někteří starší školáci si zase oblíbili soundtracky z filmů, které předtím viděli: „Tak hodně ty soundtracky z těch filmů jsou dobré. To mě vždycky strašně fascinuje a u toho zůstanu klidně i dvě hodiny a poslouchám to pořád dokola.“ Roli nehraje jen dobrá hudba, ale také vzpomínky na scény z filmu: „...Já si přesně vždycky vybavím i ten moment.“

Ve všech věkových kategoriích účastníci také zmiňovali **stahování** hudby, filmů, her a aplikací, nejčastěji ze serveru Uložto.cz. Už někteří předškoláci byli schopní si například hry stahovat do chytrého telefonu sami: „Já si stahuju hry sám. Já jsem si stáhl toho Black McQueena sám.“ (Emil, P50, 6 let) „Já si to umím stáhnout,“ pochlubil se Dušan (P51, 6 let). Luděk (P54, 6 let) zase vysvětloval, že se nejraději na telefonu dívá na filmy, ale že si je tam nejdříve musí stáhnout. Marek (P21, 9 let) zmínil, že si stahuje aplikace, které se někdy doporučují v televizním pořadu Aplikace. Někteří mladší žáci vysvětlovali, že jim se stahováním pomáhá někdo druhý: „A moje sestra, ta ty hry má a ona mi to vždycky nahraje všecko.“ (Ivana, P27, 9 let) U starších školáků už byli zkušenosti se stahováním rozmanitější. „Já stahuju přes bluetooth,“ uvedl Jirka (P16, 12 let). Ne všichni ale byli vždy úspěšní. Například Liborovi (P13, 12 let) se speciální software na úpravu fotografií stáhnout nepodařilo. Někteří starší školáci se zmiňovali výhody stahování ve formě úspor („Já jsem si to pak taky stáhla. To je lepší než platit za to kino.“ – Alice, P19, 15 let) nebo obcházení zákazů rodičů (Edita, P20, 14 let).

V důsledku stahování nebo fotografování se někdy stala problémem nedostačující paměť v mobilním telefonu. Například Martina (P4, 14 let) odpověděla na otázku, co dělá na mobilu, následujícím způsobem: „Já hlavně ten Facebook, ten messenger, potom ten Pinterest. Anebo tam mám třeba ještě na úpravu fotek něco. A vlastně už potom ani nemám místo na tom, protože tam mám hodně písniček. Kdysi jsem tam měla i hry, Marvel ‚Future Fight‘... S marlovskými hrdinami, to byla taková akční hra, ale zabralo mi to jedno giga, takže jsem to musela pak... Ale bylo mi to strašně líto.“

6.1.4 Shrnutí

Kontakt s digitálními komunikačními technologiemi byl zcela běžnou zkušeností dětí, které se výzkumu účastnily. I když se lišilo místo a okolnosti, kde se děti k těmto technologiím dostávaly (rodina, školka, škola), děti považovaly digitální média a zejména připojení k internetu za standardní součást svého života a případné omezení přístupu k nim hodnotily jako znevýhodnění.

Uživatelské zkušenosti s médii byly zřetelně spoluurčovány **vybavením domácností**, v nichž děti vyrůstaly (např. čtenářství tištěných médií bylo podporováno přítomností knihovny v domácnosti, zkušenost s digitálními médii přístupem k nim).

Užívání tištěných médií (zvláště časopisů a knih) bylo mezi dětmi přítomno, ačkoliv ne v takovém rozsahu jako u digitálních komunikačních technologií. Čtenářský zážitek byl pravděpodobně i díky časté přítomnosti dalšího člena rodiny oceňován především dětmi předškolními a v mladším školním věku, později čtení přecházelo do roviny aktivity na odreagování.

Konzumace audiovizuálních médií se stále odehrávala spíše prostřednictvím tradičního televizního přijímače – televizoru (ačkoliv děti ve všech věkových kategoriích deklarovaly zkušenost se sledováním pohádek, filmů, seriálů a dalších audiovizuálních obsahů i prostřednictvím digitálních médií). Využívání televizoru bylo stále silné, v domácnostech byl televizor přítomen, je ale těžké posoudit, nakolik je na ústupu před nejnovějšími „chytrými televizemi“. Mezi dětmi se objevovalo i nové pojetí **televizoru jako multifunkčního zařízení** (televizor nejen jako zařízení k příjmu klasického televizního vysílání, ale také jako přehrávač pořadů, připojení na internet či platforma pro hraní her). Zkušenost s poslechem rozhlasu byla minimální.

Děti inklinovaly k **uživatelské univerzálnosti**: byly mnohočetnými uživateli elektronických a digitálních komunikačních platform (počítač, tablet, telefon, herní konzole), přičemž měly spíše sklon mezi platformami volně přecházet než některou z platform favorizovat.

Již od předškolního věku bylo u účastníků výzkumu emocionální prožívání mediálních obsahů zřetelně personalizované, což se manifestovalo v oblibě postav z herních či televizních příběhů. **Personalizace** obliby mediálních obsahů (jakkoliv se s věkem měnily samotné postavy) byla jednou z konstant vztahu k mediálním obsahům a byla silně genderizovaná (množina „dívčích“ a množina „chlapeckých“ oblíbených postav byly od sebe ostře odděleny). Dětskou uživatelskou univerzálnost podporoval zřejmě fakt, že řada postav se vyskytuje napříč více médii.

Tvořivý potenciál „starých“ i „nových“ médií oceňovaly zejména děti předškolního a mladšího školního věku (od vystříhování po práci s fotoaparátem a audiovizuální experimenty). S přibývajícím věkem vystupovala do popředí obava z neúspěchu v očích vrstevníků a chuť k vlastní mediální produkci (např. videí na YouTube) klesala a stávala se výběrovou, „specializovanou“ volnočasovou aktivitou.

Uživatelské profily účastníků výzkumu byly velmi rozmanité. U některých dětí byly kromě již zmíněné mediální vybavenosti domácnosti ovlivněné tvůrčími dovednostmi, u jiných zájmem o nové technologie, u dalších spíše zájmem o určitý typ informací nebo zážitku (u dospívajících

z vesnického prostředí byla například více zdůrazňována touha být venku a věnovat se jiným aktivitám než „mediálním“). Bez ohledu na to byla obecně rozšířená zkušenost s některými funkcemi digitálních médií, především se **stahováním mediálních obsahů**. Současně bylo mezi staršími školáky značně rozšířené povědomí o rychlém vývoji technologií, které dokládali především srovnáním svého vlastního dřívějšího mediálního vybavení se současnou vybaveností mladších dětí.

6.2 Reflexe dobrovolného a regulovaného užívání a tvorby médií

6.2.1 Mediální výchova v rodině⁴

Rodiče mohou své děti naučit používat média a rozumět jim různými způsoby. V této části bude shrnuto, jak děti, které se účastnily ohniskových skupin, vnímaly jednání rodičů v tomto směru. Do jaké míry se podle výpovědí dětí rodiče snažili regulovat užívání médií dětmi, čeho se omezení či zákazy týkaly, jaké důvody pro to rodiče podle dětí měli, která média děti používaly společně s rodiči či např. co se díky rodičům s médii naučily.

Předškolní věk

Z výpovědí předškolních dětí, které se účastnily výzkumu, se zdá, že jejich rodiče přistupovali k nějaké formě mediální výchovy v rodině, ale jejich strategie byly různé. Některé děti zmiňovaly, že mají doma nastavená určitá **pravidla**, která se vztahují k používání médií. Radka (P60, 5 let) například mohla používat televizi a tablet jen o víkendu: „Třeba já řeknu: ‚Mami, můžu se podívat na pohádku v televizi?‘ A ona řekne: ‚Ne, přes týden ne, až o víkendu.‘“ Pravidlo se ale nedodržovalo vždy stoprocentně: „Někdy nám to dovolí i přes týden.“ (Radka, P60, 5 let) Další děti uváděly, že existuje určitá doba, do které mohou během dne používat určitá média: „Večer nám to zakazují, když jdeme spát. (...) Kdy to máme vypnout a jít spát.“ (Denis, P57, 7 let) Ivan (P58, 6 let) pak vysvětlil, že jeho rodiče určují, jak dlouhou dobu bude daná média používat: „A mně máma dovolila vždycky hrát jenom půl hodky.“ Některé děti popisovaly, že jejich rodiče regulují jejich užívání médií až poté, když už se jim zdá, že už doba jejich používání přesáhla určitou přiměřenou (ne jasně definovanou) hranici. Lucie (P63, 6 let) uvedla příklad takové situace: „A moje maminka, když třeba už nějakou hru hraju strašně dlouho, tak maminka řekne: ‚Jdi od toho, je to můj tablet.‘“

Děti, které si byly vědomy nějakého **důvodu**, proč rodiče omezují jejich používání médií, uváděly jako důvody negativní účinky, konkrétně zdravotní dopady. „Třeba když jsem byla nemocná, tak jsem se dívala na televizi a mamka mi říkala, že už od toho mám jít, jinak mě budou bolet oči.“ (Andrea, P61, 6 let)

Do mediální výchovy v rodině bývá někdy řazeno i **společné užívání médií** (např. Šťastná, 2015). Děti často zmiňovaly, že se s nimi rodiče nebo jiní dospělí členové rodiny dívali na jejich oblíbené pohádky (Alena, P40, 5 let – Máša a medvěd – s mámou; František, P44, 6 let – Spongebob – s babičkou, mámou i tátou), ale málokdy s nimi hráli hry. To hráli častěji sami nebo společně se sourozenci. Jaroslav (P42, 6 let) se například díval na Auta se starším bratrem.

Rodiče mohou ovlivňovat dětskou mediální zkušenost i tím, **do jaké míry je vybavena domácnost různými typy médií**, kde jsou umístěna a zejména jaká média má k dispozici dítě ve vlastním pokoji. V tomto ohledu se ve výzkumu objevovali předškoláci s rozmanitým

⁴ Výraz „mediální výchova v rodině“ je zde pro jednoduchost používán pro veškeré vědomé i nevědomé aktivity rodiče, které mohou napomoci tomu, aby se děti naučily používat média a rozumět jim, ačkoliv se zpravidla používá pouze pro vědomou pedagogickou činnost rodiče (Šeďová, 2006; Sloboda, 2013).

zázemím – od těch, kteří neměli k dispozici některá média vůbec (počítač – Dušan, P51, 6 let; knížky – Denis, P57, 7 let), přes ty, kteří měli některé typy médií k dispozici, ale sdíleli je s ostatními členy domácnosti (např. Emil, P50, 6 let – mobil a počítač s matkou), až po ty, kteří měli vlastní zařízení ve svém pokoji (Václav, P43, 6 let – počítač; Jaroslav, P42, 6 let – počítač; Jakub, P49, 5 let – televize; Alena, P40, 5 let – počítač a telefon). Některé děti si půjčovaly média od rodičů. „Moje mamka mi vždycky půjčí telefon a hraju Blesk McQueena hru. Závody.“ (Emil, P50, 6 let)

Jak se z výpovědí dětí zdá, někteří rodiče se snažili děti do světa médií **aktivně zasvěcovat**. Z tohoto pohledu se děti rozdělily do dvou skupin: jedna skupina tvrdila, že se různé typy médií naučila používat úplně sama (např. Jaroslav, P42, 6 let, se naučil sám fotit a natáčet videa na tabletu; Dušan, P51, 6 let, a Emil, P50, 6 let, se sami naučili fotit), druhá skupina potřebovala na některé úkony pomoc druhých (např. Petra, P53, 6 let: „Já tam zmáčknu takové video a tam se mi... (...) Tam mi mamka napíše nějaké věci, třeba Monster High a já se tam na to koukám na ty díly.“). Některé děti se pochlubily, že se díky rodičům některá média používat naučily, např. Radka (P60, 5 let) klasický fotoaparát: „Jako že táta mi to tam jako dá, abysm mohla fotit a já něco vyfotím. A pak se mi tam vždycky ukáže ta fotka, co jsem vyfotila.“ Ludka (P54, 6 let) zase s klasickým foťákem naučila fotit jeho máma.

Mezi zpovídanými předškoláky se ale objevily i děti, jejichž **přístup k médiím** podle jejich slov **regulován nebyl**: „Mně to nezakazujou.“ (Aleš, P56, 6 let) Jaroslav, P42, 6 let, který měl k dispozici vlastní počítač v pokoji i tablet, také uvedl, že ho rodiče nijak neomezují.

Mladší školní věk

I výpovědi mladších školáků naznačovaly různé přístupy jejich rodičů k mediální výchově v rodině. Pokud se jednalo o **časové restrikce**, nejčastěji se u dětí v tomto věku vztahovaly na počítač, tablet, mobilní telefon a hraní her. Některé děti nesměly některá média používat v určitou denní dobu („Večer nemůžu [na] počítač.“ – Ivana, P27, 9 let), jiné nesměly určitá média používat vůbec nebo po určitou přiměřenou dobu. „...Oni mě tam vůbec nechtěj u toho počítače nechat, že si zkazím oči,“ uvedla Zuzana (P37, 7 let). Daniel (P25, 9 let) popsal, že aby jeho rodiče zajistili, že budou se sourozencem používat tablety pouze po určitou stanovenou dobu, nainstalovali jim do jejich zařízení blokovací aplikace: „No, u nás to chodí jinak. Mamka už nám stáhla... (...) Takovou aplikaci, že když přijdem ze školy, že na té aplikaci se dá určit, jak dlouho můžeme hrát nebo od kolikati můžeme hrát a... (...) Do kolikati.“ V případě, že Daniel (P25, 9 let) přesáhne určitou dobu hraní, tak mu aplikace zabrání, aby si další hru pustil.

Některé další děti v tomto věku se shodovaly, že pokud používaly v minulosti určitá média po nepřiměřeně (podle úsudku rodiče) dlouhou dobu, přistoupili rodiče následně i k zabavování takových médií. „Mně to okamžitě zakazujou... Třeba zabaví na dva tejdny... (...) Jsem to minulý rok měla zakázané na dva měsíce.“ (Lenka, P26, 8 let) Podobnou zkušenost měla i Nela (P22, 9 let). Doba, po kterou měla Lenka (P26, 8 let) přístup k těmto médiím odepřen, pro ni byla spíše nepřijemná. Lenka si ale díky tomu uvědomila, jak „jiné“ to může bez médií být: „Tak já jsem si musela hrát se ségrou a s panenka, tak jako to mě nebaví. (...) Ale bylo to takové bez toho jako jiné. Že když jsem tam hrála, tak jsem se jako aj dokázala zabavit...“

Nikola (P38, 10 let) popsala důvody, proč rodiče její používání určitých médií regulují: „...Abych nebyla závislá. Jakože bych nebyla často na mobilu.“ Některé děti ale **důvody rodičů** neznaly (např. Radim, P36, 8 let). Z výpovědi Lenky (P26, 8 let) se zase zdálo, že některé jednání rodičů nechápe nebo se jí zdá přehnané: „No anebo třeba jenom pět minut, ještě to ani nestihnu tu hru zapnout a taťka mi už třeba řekne, ať už toho nechám a já to teprve vypínám a mamka pak po mě řve a mám to zakázané třeba...“ V případě Standy (P23, 10 let) bylo důvodem odepření přístupu k určitému typu média to, že porušil pravidlo, na kterém byl s rodiči domluvený. „Já jsem měl jednou zakázaný mobil na dva roky.“ Na otázku, co provedl, odpověděl: „Já jsem hrál střílečky.“ O zákazu hrát akční hry, kde „teče krev“, mluvil v rozhovoru na více místech. Podobně se vyjadřovala i Nela (P22, 9 let): „Nesmíme nějaké střílečky.“ Jako pro mladší děti nevhodný vnímali někteří rodiče i Facebook, na který mají děti legální přístup až od 13 let. Některé mladší školáci účastníci se výzkumu přesto tvrdili, že Facebook používají (Nela, P22, 9 let; Marek, P21, 9 let; Dalibor, P31, 9 let; Ivana, P27, 9 let). Jiné děti se vyjádřily, že to mají zakázané (Lenka, P26, 8 let; Filip, P24, 7 let; Dalibor, P31, 9 let). Dva výše uvedení chlapci ale naznačili, že se pokoušejí **zákaz rodičů obcházet**. „Když je taťka pryč, tak Facebook...“ (Filip, P24, 7 let) „Jak jdu dycky domů, tak já jdu na Facebook chvilku, tak on po mě přijde. (...) Tak já to vypnu rychle, se odhlásím...“ (Dalibor, P31, 9 let)

Jiné děti chápaly zákaz rodičů používat určitá média či zařízení tak, že je to **preventivní opatření**, aby se něco nežádoucího nestalo. „...Třeba taťka má ve firmě tiskárnu... No, tak mně zakazuje na ni šahat, abych ji nerozbila.“ (Monika, P34, 9 let) Podobnou zkušenost popsala i Aneta (P33, 9 let): „Jo, nechodit na počítač, protože bych tam mohla něco taťkovi vymazat.“ Na otázku, jestli se jí to už někdy stalo, ale odpověděla záporně: „Tak proto mi to zakazují – jen aby se to nestalo.“

I mezi dětmi mladšího školního věku se objevily takové, které tvrdily, že rodiče nijak **neregulují** to, jak média používají (např. Iveta, P35, 10 let; Vendula, P28, 8 let). „Mě nekontrolují... Mojí mamce je jedno, co si tam najdu,“ vyjádřil se Marek (P21, 9 let) o používání internetu. V jiné části rozhovoru se přitom vyjádřil, že rád hraje akční a strašidelné hry.

Jako určitá mediálně výchovná strategie ze strany rodičů může být vnímáno i **společné používání médií** s dětmi. Tímto způsobem někteří rodiče založili účty na Facebooku svým dětem a následně je používali s nimi. Příkladem může být Oldřich (P32, 9 let), který uvedl, že sdílí svůj profil na Facebooku se svou matkou. Další děti popisovaly, že s rodiči sledují televizi (Nikola, P38, 10 let; Iveta, P35, 10 let; Radim, P36, 8 let; Zuzka, P37, 7 let; Monika, P34, 9 let), chodí do kina (Nikola, P38, 10 let), čtou knížky nebo tištěná média (Nikola, P38, 10 let; Iveta, P35, 10 let; Aneta, P33, 9 let), komunikují spolu přes telefon nebo se společně fotí (Monika, P34, 9 let; Aneta, P33, 9 let; Vendula, P28, 8 let; Artur, P30, 10 let; Dalibor, P31, 9 let). Pouze Daniel (P25, 9 let) uvedl, že společně s bratrem a otcem hraje hry. Ostatní děti v této věkové kategorii tvrdily, že hrají spíše samy nebo se sourozencem.

Zpravodajství je obsah, o němž se zpovídáné děti tohoto věku ve velké většině vyjadřovaly, že ho sledují s rodiči. Není však jasné, zda se děti dívají proto, že mají zájem o zpravodajství, nebo zda ho sledují proto, že se na něj dívají rodiče. Některé děti se však vyjadřovaly spíše ve smyslu, že je zpravodajství nebaví nebo že je baví *jen někdy* („Jak kdy, záleží, jaký je téma.“ – Nikola, P38, 10 let). Často byly vyjadřovány také obavy z toho, co je ve zpravodajství ukazováno a sdělováno. Některé děti, kterým to přinášelo špatné sny a obavy (např. Nikola, P38, 10 let; Radim, P36, 8 let), vypověděly, že se s tím rodičům nesevěřily. Některé by si o tom

ani povídat nechtěly (Aneta, P33, 9 let; Zuzka, P37, 7 let), jiné by to naopak ocenily (Monika, P34, 9 let; Iveta, P35, 10 let). Další ale potvrdily, že si s nimi rodiče o zpravodajském obsahu povídají. Vendula (P28, 8 let) a Dalibor (P31, 9 let) například popsali, jak je jejich rodiče v návaznosti na zpravodajský obsah instruují, jak se chovat bezpečně (doma, na ulici). Názorům účastníků výzkumu na zpravodajství se podrobněji věnuje kapitola 6.3.3.

Aktivnější přístup rodičů popsaly jen některé z dětí mladšího školního věku. Například Filip (P21, 7 let) vysvětlil, že ho jeho táta naučil zacházet s kamerou a fotit, což ho baví. Jiní mladší školáci ale zmiňovali spíše pomoc ze strany sourozenců: „Moje sestra, ta ty hry má a ona mi to vždycky nahraje všechno.“ (Ivana, P27, 9 let) „Poprvé já jsem neuměla a potom mě ségra naučila, tak potom už jsem všechno uměla.“ (Vendula, P28, 8 let)

Mediální vybavení domácnosti a vlastnictví některých médií bylo mezi dětmi různé, opět se pohybovalo od vlastnění nejrůznějších typů médií (nejčastěji mobilní telefon, tablet, počítač, knihy, časopisy, Xbox) až po úplnou absenci některých médií v domácnosti. Jako důvod byly uváděny i peníze: „Jeden [tablet] jsem měla taťky a potom oni ho dali do zastavárny, protože už jsme na něj neměli penízky.“ (Vendula, P28, 8 let)

Starší školní věk

Starší školáci se už se zákazy či omezováním používání některých médií setkávali méně často než účastníci výzkumu spadající do mladších věkových kategorií. Přesto někteří měli **zkušenost s omezováním** jejich možností používat média, a to jak z hlediska časového, tak i obsahového. Šárka (P13, 13 let) uvedla, že má někdy v důsledku špatných školních známek omezeno množství času, po který může hrát hry nebo sledovat seriály on-line. Podobně reagovala Martina (P4, 14 let): „Tak třeba když něco provedeme, tak jakože za trest...“ Ostatní mladiství se vyjadřovali spíše tak, že rodiče je usměřňují jen někdy, když překročí určitou „přiměřenou“ mez. Karolína (P10, 13 let) se například vyjádřila, že o zákazy jako takové nejde, ale „...třeba, když jsem na tom dlouho, třeba na počítači nebo na mobilu, tak mi řeknou, ať jdu dělat něco jiného.“ Také Tomášovi (P2, 15 let) rodiče často domlouvali, aby neseděl tolik u počítače, důvody, zdá se, chápal: „No, asi když člověk sedí u počítače, tak ten čas strašně rychle ubíhá, se mi zdá... To se nedá prostě.“ Daniela (P6, 14 let) zase vyprávěla, že se jí stává, že se zapomene u knížky, a pak jí rodiče říkají: „Už nečti.“

Někteří rodiče se uchylovali i k **regulaci sledovaného obsahu**. Edita (P20, 14 let) se zmínila, že jí rodiče nedovolili jít do kina na film, u kterého bylo doporučeno mládeži nepřístupno. Film si ale tak přála vidět, že si ho alespoň stáhla do počítače. Martina (P4, 14 let) u rodičů narazila, když chtěla vyrazit na koncert: „Já jsem strašně chtěla, třeba na nějakou oblíbenou kapelu nebo na nějakého interpreta, ale mamka mi to nechce dovolit.“ Důvodem je podle ní strach matky, aby se jí něco nestalo. Martina (P4, 14 let) také v jiné části rozhovoru uvedla, že se s protesty rodičů setkává i při sledování zpravodajství. „Mě třeba strašně baví se dívat na ty krimi, ale rodiče mi vždycky nadávají, na co se to dívám...“ Ostatní se vyjadřovali spíše tak, že jsou zpravodajství vystaveni, protože se na něj dívají rodiče, ale školáci ho přitom jen výběrově podle toho, co je zaujme. Na otázku, jestli sledují rodiče zprávy s nimi, odpověděl Dominik (P8, 13 let): „Spíš my s nima.“ Alice (P19, 15 let) to vysvětlila podrobněji: „No, jako třeba když se vaří a jsou puštěný ty zprávy před večeří, tak tam jakoby to slyším, co tam řeknou. Ale nevnímám to, jako že bych se na to pravidelně musela koukat.“ Názorům účastníků výzkumu na zpravodajství se věnuje také kapitola 6.3.3.

Někteří starší školáci tvrdili, že už je rodiče nijak neomezují: „Jim je to jedno, na co se dívám.“ (Jirka, P16, 12 let) Ostatní spíše vzpomínali, jak k omezení používání médií jejich rodiče přistupovali, když byli menší. „Když si pak rodiče večer sednou k televizi, že se budou dívat na nějakou detektivku, tak jsem musela jít do pokojíčku.“ (Alice, P19, 15 let) Když si měli účastníci výzkumu sami představit sebe **v roli rodiče malého dítěte**, uváděli důležitost rodičovské kontroly: „Tak určitě jsou nebezpečné zařízení s internetem, protože ty děti, když je rodiče nekontrolují, tak je to celkem zlé...“ (Daniela, P6, 14 let) „Když dávali v televizi o těch Lidicích, tak to bych asi nenechala to dítě, aby tam sedělo a dívalo se na to se mnou,“ vysvětlila Alice (P19, 15 let). „Já bych mu pouštěla jenom animáky.“ (Edita, P20, 14 let)

Libor (P13, 12 let) jako jediný ze zpovídaných dětí uvedl, že si jeho táta nepřeje, aby měl **Facebook**. Zdůvodnil mu to rizikem zneužití citlivých údajů: „On říkal, (...) že když tam dáš něco, tak ono ti to zůstane potom na tom Facebooku prostě donekonečna. Že to tam bude ještě za sto let. A to je furt na tom počítači uložené a až to jednou zkrachuje, tak všechny ty osobní údaje pak někomu prodaj. Takže kdyby tam chtěl člověk napsat, tak už to budou vědět všude jinde...“ Ostatní děti ale Facebook používaly poměrně běžně, zejména na komunikaci s kamarády a spolužáky, podle jejich dalších reakcí se však zdálo, že rizik používání Facebooku si jsou vědomi (viz dále kapitola 6.2.3).

6.2.2 Omezená a obohacená mediální zkušenost

Často zmiňovanou překážkou v přístupu, vlastnictví a používání médií byly pro účastníky výzkumu všech věkových kategorií **peníze**. Martina (P4, 14 let) zmínila, že trička s filmovými motivy „...jsou fajn, ale strašně drahé.“ Daniela (P6, 14 let) vysvětlila, že do kina jde až po zralé úvaze: „Záleží, co je to za film, když je to opravdu jako dobrý film, tak ty peníze do toho jako ráda vrazím, ale jinak... [ne].“ V jiné části rozhovoru se svěřila: „Já třeba čtu Kosmos, to jsem kupovala donedávna úplně furt. Teď už mi to rodiče zatrhli, (...) že za to utrácím strašně moc peněz.“ (Daniela, P6, 14 let) Emil (P50, 6 let) vyprávěl, jak šli s ostatními spolužáky ze školky do knihovny na promítání filmu, a dodal: „...My jsme tam byli a levně.“ Marek (P24, 9 let) řekl, že věci z reklam nekupuje, „...protože to je většinou strašně drahý.“ Vendula (P28, 8 let) uvedla: „Jeden [tablet] jsem měla taťky a potom oni ho dali do zastavárny, protože už jsme na něj neměli penízky.“

Jak už bylo naznačeno i v kapitole 6.2.1, mladší a starší školáci se o médiích a jejich používání nejvíce naučili od **vrstevníků** a dospívajících rodinných příslušníků. Edita (P20, 14 let) například uvedla, že si už jako desetiletá kupovala časopis Score. Na otázku, jestli to pro ni nebylo složité, odpověděla: „Když jsem něčemu nerozuměla, tak jsem se zeptala bratra, který je čtyři roky starší, takže mi všechno vysvětloval.“

Při povídání o **školní výuce** s počítači byla jedna skupina dětí dotázána, jestli jim někdo při používání počítačů říká, co by měli dělat nebo jak psát. Slova se ujal Standa (P23, 10 let): „To umíme, my se to učíme od kámošů navzájem.“ Na další otázku, zda mají pocit, že to učitelé umí, odpověděl: „Paní učitelka je takový malý začátečník.“ Vendula (P28, 8 let) se na podobnou otázku vyjádřila následovně: „Paní učitelka popravdě nám neumí pustit ty hry, tak si je musíme pouštět sami.“

Zejména starší školáci se vyjadřovali k tématu **rodiče a technika** trochu skepticky. Někteří měli rodiče na Facebooku mezi přáteli (Jirka, P16, 12 let; Zdeněk, P15, 12 let) a občas tento

komunikační kanál využívali praktickým způsobem: „Když se mi ještě nechce jít domů, tak jim napíšu...“ (Jirka, P16, 12 let) Jiní zpovídání starší školáci ale rodiče mezi přáteli na Facebooku neměli (např. Edita, P20, 14 let; Alice, P19, 15 let). Alice (P19, 15 let) vysvětlila, proč tomu tak je: „To ne, že bych s rodičema nebyla kamarádka, ale spíš jako rodiče a technika, to by nešlo.“ Edita (P20, 14 let) přitakala: „To nejde dohromady.“ Zatímco starší žáci (Edita, P20, 14 let; Alice, P19, 15 let; Mirek, P18, 15 let; Richard, P17, 14 let) měli dojem, že techniku zvládají lépe než rodiče, nejmladší ze skupiny starších školáků uznávali, že v něčem jsou rodiče lepší, v něčem horší (Jirka, P16, 12 let; Zdeněk, P15, 12 let). Honza (P15, 12 let) vysvětlil, že rodičům například nejde hraní her. „Prostě jim ukážu nějakou hru a oni u toho seděj...“ A začal názorně předvádět, jak jsou rodiče nad mobilem sklonění a jak pomalu mačkají tlačítka. Alice (P19, 15 let) se přidala se slovy: „Moje mamka by asi nenapsala zprávu na dotykovém telefonu, to by jí trvalo strašně dlouho...“ Tito starší školáci ale zároveň vyjádřili i **pochopení situace dospělých**: „Je to asi spíš o zvyk, no.“ (Edita, P20, 14 let) Alice (P19, 15 let) doplnila: „Neměli takovej přístup k technologiím jako my dneska, no.“ Alice v jiné části rozhovoru odkazovala i na rozdíly mezi generacemi dané rozvojem technologií: „Jako když to tam má babička položený, tak si něco z toho přečtu, ale že bych jako šla každý den a koupila si noviny, to ne. Ale ono dřív ty noviny fungovaly něco jako televize a zprávy, takže ty naše babičky k tomu mají asi jiněj vztah, no.“

6.2.3 Vnímání rizik a příležitostí při používání médií

Účastníci výzkumu nehledě na věkové kategorie se celkově více vyjadřovali o rizicích než o příležitostech spojených s používáním médií.

Předškolní věk

Předškolní děti, které se zúčastnily výzkumu, nejčastěji zmiňovaly jako rizika **zdravotní potíže** vyplývající z dlouhodobého používání médií (bolest očí a hlavy). Někteří předškoláci vycházeli z doporučení rodičů, u jiných to souviselo s vlastní zkušeností. „My jsme třeba jednou jeli s mámou a s tátou do Itálie a koukali jsme se moc dlouho na televizi cestou a pak když jsme se vraceli z Itálie, tak než jsme tam jeli, tak mě strašně začala bolet hlava. A že to bylo z toho, jak jsem se dlouho koukala na tablet.“ (Radka, P60, 5 let) Otázku, jestli mohou být média pro ně nějakým způsobem nebezpečná, si někteří předškoláci spojili spíš s bezprostředním **fyzickým nebezpečím**. Eliška (P62, 5 let) ukázala na kartičku s obrázkem divadla a řekla: „Třeba tam může být... Čert.“ Radka (P60, 5 let) na to reagovala slovy: „Ne! Že by třeba mohli spadnout z toho pódia a natlouct si.“ Luděk (P54, 6 let) zase uvedl: „Jak máme nůžky, tak se můžeme stříhnout.“ Ivan (P58, 6 let) se pokusil vysvětlit, jaké nebezpečí hrozí při hraní her, ale nepodařilo se mu to jasně formulovat. Několikrát se v řeči zastavil a začal znovu, bylo patrné, jak těžko se mu to vysvětluje. „Že třeba když ve škole někdo něco píše, tak se píše špatně, jak hrajem ty hry.“ Je možné, že narážel na dopady hraní her na školní výsledky. Jako příklad takové nebezpečné hry označil Minecraft. Později byla však právě hra Minecraft ta, která upoutala jeho pozornost na titulní straně Mateřídoušky, a vyjádřil se, že se mu hra líbí, ale že ji ještě nehrál. Na otázku, zda by si ji chtěl zahrát, odpověděl: „Ne, radši.“

Dále zpovídané děti v tomto věku odkazovaly na **strach**, který mohou některé mediální obsahy vyvolat. Strach byl však dětmi přijímán rozdílně. Radka (P60, 5 let) například nechápala, proč se její táta dívá na horory, když ji samotnou od toho odrazuje. „Je to strašidelný, že i táta se

u toho bojí. Tak to mě teda zajímá, proč se na to vůbec kouká.“ Zatímco některé děti tohoto věku uváděly, že se jim strašidelné obsahy nelíbí (např. Petra, P53, 6 let; Jakub, P49, 5 let), některé je vyhledávaly. Například Vladislav (P52, 5 let) uvedl: „Já se rád dívám na strašidelné pohádky, to je bezva.“ A Emil (P50, 6 let) dodal: „Já mám rád zombíky, Scooby Doo...“ Otázkou však je, zda jde vždycky jen o pohádky, Vladislav totiž v další části rozhovoru uvedl: „Já se dívám s babičkou a s tetou na kriminálku, to je Las [Vegas]...“

Jako příležitost vnímali předškoláci účastníci se výzkumu především **zábavu** spojenou s médii. Několik dětí zdůraznilo, že je víc baví hrát hry než sledovat televizi. „Mě baví víc hra, protože je nuda, jak se dívám.“ (Dušan, P51, 6 let) „Mě též baví jenom hrát.“ (Jakub, P49, 5 let) „Mě to baví ještě víc. Já mám hodně her.“ (Emil, P50, 6 let) Na dotaz, která média jsou pro děti jejich věku dobrá, jmenovali například tablet (Samuel, P45), počítač (Viktor, P46, 6 let; Jaroslav, P42, 6 let; Alena, P40, 5 let), knížky (František, P44, 6 let). Podle Jáchyma (P55, 5 let) je dobré, že hraje hodně her, a dodal: „Jsem se naučil řídit. Ale pak mě někdo zbil v počítači a já jsem se docela bál.“ Některé děti vnímaly **hranici mezi učením a hrou** jako tenkou. Například Aleš (P56, 6 let) na otázku, co se díky hře naučil, odpověděl, že hrát medvídku, který sbírá oříšky a jahůdky. Možnost učit se něco z televize byla zmiňována ve skupině (Luděk, P54, 6 let; Jáchym, P55, 5 let; Aleš, P56, 6 let; Denis, P57, 7 let), kterou k tomu paní učitelka přímo vedla. Děti měly například celý týden program zaměřený na moře a oceány, pomocí dokumentárních filmů o vodním světě se učily druhy ryb a mořských živočichů. Jindy jim zase tatáž učitelka pouštěla DVD s videoklipy Michaela Jacksona, při kterých se děti učily tancovat a zpívat.

Mladší školní věk

Mezi mladšími školáky, kteří se účastnili výzkumu, byla jako riziko nejčastěji zmiňována **závislost**. Lenka (P26, 8 let) zmínila závislost na tabletu: „No, když na něm pak hraješ dlouho, tak jsi na něm závislý a (...) Pak už jsi jako jiná, než jsi byla předtím, taková jakože furt tablet, tablet, tablet.“ Mladší školáci často závislost zdůrazňovali, aniž by na ni byli dotázáni. Například na otázku, jaká média mají nejraději, někteří z nich vyjmenovali oblíbená média a dodali, že na nich nejsou závislí: „Někdy si zahraju hru nebo jsem na YouTube, ale většinou jakoby nejsem závislá, že jsem radši venku, když je hezky a je dlouho světla.“ (Nikola, P38, 10 let) Na ni navázala Iveta (P35, 10 let) se slovy: „Já si někdy zahraju, taky na YouTube, spíš volám, než jako hraju. Taky nejsem závislá.“ Při delším povídání se ukázalo, že většina dokáže rozpoznat projevy závislosti u svých přátel a blízkých, někteří z nich si uvědomovali i svou vlastní závislost na některých médiích: „A já jsem trošku závislá na knížkách.“ (Iveta, P35, 10 let) Další se přiznali k závislosti na mobilu (Nela, P22, 9 let; Standa, P23, 10 let; Filip, P24, 7 let), počítači (Standa, P23, 10 let; Filip, P24, 7 let) nebo tabletu (Filip, P24, 7 let).

Podle Anety (P33, 9 let) se závislost projevuje tím, „...že to nechce odložit a že na tom pořád něco dělá a že když je třeba pěkně, tak nechce jít ven.“ Radim (P36, 8 let) ji doplnil: „Že je pořád na tom nalepenej a má blbou náladu. A potom se vzteká, brečí a tak různě.“ Některé zpovídáné děti dokázaly pojmenovat dopady závislosti na život jednotlivce: „Že si můžeme něco udělat s očima, když jsme na tom hodně dlouho.“ (Zuzka, P37, 7 let) Iveta (P35, 10 let) se zmínila, že čím „víc hrajeme na mobilu a na počítači, tak tím pádem ztratíme víc kamarádů, když s nima už nechodíme ven.“ Radim (P36, 8 let) dodal: „No, že nejseš potom tak chytřej a hrozně potom ti rychle utíkaj dny.“

Tématem byly v tomto smyslu také některé hry, tzv. **střílečky**. Některé děti je nehrály, protože je měly zakázané (Standa, P23, 10 let; Nela, P22, 9 let), jiné v důsledku negativních zkušeností. „Já střílečky nehraju, protože z toho mám noční můry.“ (Filip, P24, 7 let) Například Marek (P21, 9 let) o nich ale nadšeně vyprávěl, jak jsou strašidelné: „To jsi v baráku a snažíš se přežít do šesti ráno. Tam jsou strašné zrůdy a oni někdy přijdou do pokoje a oni tě pobijou. (...) Jo, to je strašné, to chodíš po pokojích, otvíráš dveře, otáčíš se na postel a (...) někdo tě bafne, takovej... A on má strašné zuby. A když to hraješ večer v noci, tak...“ Podobně jako u závislosti dokázaly některé děti vysvětlit, v čem mohou být takové hry nebezpečné. „No, že jak bysme byli starší, že bysme se to třeba odnaučili, někoho bysme zabili, nějak tak.“ (Daniel, P25, 9 let) Standa (P23, 10 let) řekl stručně: „Protože... Tam je krev.“ Dalším rizikem, které bylo v souvislosti s elektronickými a digitálními médii zmíněno, bylo **poškození očí** v důsledku sledování zářící obrazovky (Standa, P23, 10 let; Lenka, P26, 8 let).

Otázky týkající se **příležitostí a pozitivní role médií** v jejich životě si mladší školáci spojovali především s knihami. „Že se můžeme něco dozvědět a že vám neškodí oči. A naučíme se číst.“ (Radim, P36, 8 let) „Protože se tím vyvíjí mozek,“ uvedla Nela (P22, 10 let). „Nebo že se nekazí oči,“ dodala Lenka (P26, 8 let). Monika (P34, 9 let) vidí výhodu knih v tom, že na knížce se nedá tak jednoduše vypěstovat závislost. **Ačkoliv to přímo neartikulovaly**, více dětí v průběhu rozhovorů popisovalo výhody i dalších médií. Počítač vnímaly některé jako **možnost, jak se dál vzdělávat**. Například Aneta (P33, 9 let) si na něm procvičuje učivo do školy. „...Někdy i jen tak, když si potřebuju procvičit doplňování po obojetných souhláskách.“ Iveta (P35, 10 let) zase vyhledává na Googlu obrázky do prezentací do školy. Radim (P36, 8 let) sleduje na YouTube videa, při kterých sleduje strategie jiných hráčů, aby je pak použil sám ve své hře. Podobně tak sleduje i videa, jak jiné děti staví lego, aby získal inspiraci. Další děti zmiňovaly média jako **nástroje ke komunikaci** s druhými (zejména mobilní telefon a sociální sítě). Jedna ze skupin s romskými účastníky ještě poukazovala na důležitost mobilního telefonu v souvislosti se zmínkou Dalibora (P31, 9 let), že se bojí skinů. Vendula (P28, 8 let) k tomu řekla: „Ale my když máme mobil, tak se nebojíme, protože můžeme zavolat policajty.“ Aneta (P33, 9 let) používala Google k tomu, aby si našla **praktické informace**: „Když si chci uplést nějakou postavičku z gumiček, tak si najdu, co chci, a oni ti tam ukazují, jak to mám udělat.“ Iveta (P35, 10 let) přikývla, že z YouTube takové návody chápe lépe než z knihy, kterou má doma. Nikola (P38, 10 let) si zase na Seznamu vyhledává písničky, které viděla na Óčku.

Starší školní věk

I starší školáci, kteří se účastnili výzkumu, zmiňovali ve všech skupinách **závislost**, kromě ní si ale uvědomovali i různá nebezpečí na internetu. Na otázku, která média jsou lepší a která horší pro menší děti, Karolína (P10, 13 let) odpověděla, že divadlo a knihy jsou lepší. „Protože v tom divadle se můžou setkat se známýma a nemusí být pořád u telefonu závislí.“ Radek (P14, 13 let) doplnil, že z těchto médií tak nebolí oči. Daniela (P6, 14 let) vyzdvihla důležitost role rodiče při používání médií malými dětmi: „Tak určitě jsou nebezpečné zařízení s internetem, protože ty děti, když je rodiče nekontrolují, tak je to celkem zlé...“ Markéta (P9, 14 let) označila elektroniku jako nebezpečnější, „protože se na nich může vypěstovat závislost. Pak je to s člověkem už trochu špatné.“ Někteří z dospívajících identifikovali závislost sami u sebe. Edita (P20, 14 let) uvedla: „Nejvíce by mě chyběl počítač. Jo, já jsem na něm děsně

závislá.“ Martina (P4, 14 let) má zase ráda Pinterest: „...Na tom jsem skoro závislá. To je fakt super. Já si k tomu třeba sednu a jsem tam skoro hodinu na tom.“

Více starších školáků pak také zmiňovalo nejruznější **nebezpečí na internetu**, bohužel ale nechtěli své poznatky příliš rozvádět a omezovali se často na útržkovité odpovědi. Jednalo se především o studenty, kteří se o médiích učili ve škole. Například Daniela (P6, 14 let) vysvětlila: „Tak v občance jsme brali masmédia... Na icétéčkách bereme multimédia.“ V jiné skupině tvrdili spolužáci Jirka (P16, 12 let) Zdeněk (P15, 12 let), že to probírají více než jiné třídy. „My máme paní učitelku a ta je dost na tom založená.“ (Zdeněk, P15, 12 let) Mirek (P18, 15 let) pak uvedl: „My se spíš bavíme jako o té kybersíkaně.“ Zdeněk (P15, 12 let) upřesnil, že si z toho každý „odnese to své“. Na otázku, co si z toho odnesl on, odpověděl: „Že nemám bejt závislej na tý tý... Na tý elektronice a takovýdle věci.“ Pro Jirku (P16, 12 let), který to jako jeho spolužák absolvoval také, bylo nejzajímavější riziko zneužití osobních dat: „Když třeba i na tom messengeru někomu něco pošlem, tak vlastně potom to můžou nějak zjistit, co jsme tam poslali. To mě docela zajímalo, jak to vlastně někdo může vědět, že já si tam něco pošlu, že to jde najít. Přitom je to naše soukromá konverzace...“ Alice (P19, 15 let) dodala: „Oni říkaj, že co na Facebooku jako přidáte, sice si to pak smažete, tak se to ještě prostě dá dohledat... Prostě nikdy to už jako nezmizí úplně.“ Zdeněk (P15, 12 let) dále uvedl, že je škoda, že někteří jeho spolužáci s tím nemají zkušenost (s Facebookem), a proto to nemůžou úplně pochopit. Problém v tomto ohledu nevidí jen u dětí a dospívajících: „Ale jako že nejenom ve školách, mohlo by to bejt prostě... I dospělí to někdy přeceňujou... Podceňujou teda.“ (Zdeněk, P15, 12 let)

Pojmenovat **příležitosti související s médii** a pozitivní roli médií v jejich životě a společnosti dokázali starší školáci především v kontextu knih: „Tak knížky jsou určitě dobré a ten internet, no, jako že tam je to nebezpečí na internetu obecně. V těch knížkách to jako nehrozí, že by vás tam mohl někdo jako...“ (Katka, P3, 14 let) Přestože z diskuzí s dospívajícími bylo patrné, že jsou média nedílnou součástí jejich každodenního života, a to ve všech směrech (odreagování a zábava, tvůrčí práce, vzdělávání se, zdroj informací), participanti pozitiva médií či příležitosti, které jim přinášejí, sami přímo nepojmenovávali. Příležitosti, které v souvislosti s používáním médií využívají, lze ale vyvodit z jejich odpovědí. Daniela (P6, 14 let) se například zmínila, že její rodina odebírá časopis Dtest, podle kterého se pak řídí při dalším nakupování potravin. Tomáš (P2, 15 let) uvedl Facebook a Skype jako prostředky komunikace, když hraje s kamarády hry on-line. Facebook vnímali starší školáci velmi prakticky, jak uvedla například Daniela (P6, 14 let), byla ona i její spolužáci součástí skupiny, která sloužila zejména k výměně informací o úkolech do školy. Richard (P17, 14 let) popisoval, jak se pomocí YouTube naučil ovládat 3D tiskárnu, kterou si koupil on-line. Alice (P19, 15 let) využívala nejruznější média (televizní dokumentární filmy, knihy, časopisy, internet) k tomu, aby zjišťovala, „jak se dokáže manipulovat s minulostí (...) a takový ty záhady ve světě. (...) Jak dokážou manipulovat média a tak.“

6.2.4 Shrnutí

Rodiče dětí předškolního a mladšího školního věku byli již z generace, která **má užívání digitálních médií plně zažité**, může dětem radit v užívání těchto médií a zřejmě je do světa těchto médií uvádí a dál je jím provází. Efekt „děti jsou dál než rodiče“, příznačný pro předcházející dvě dekády, se u mladších dětí, které se účastnily tohoto výzkumu, již

prakticky neobjeoval (což se zřejmě tak úplně netýká učitelek a učitelů), zatímco u starších školáků byl stále patrný. Důležitým zdrojem instrukcí, jak média užívat, byli pro účastníky výzkumu také starší sourozenci a vrstevníci.

Ovlivňování způsobu a míry užívání médií dětmi ze strany rodičů bylo podle výpovědí dětí a dospívajících běžnou praxí každodenního rodinného provozu. Týkalo se především přímé regulace, resp. **restrikce času stráveného s médii** (ať už v rámci dne či týdne), **ovlivňování kontextu užívání médií** (společné sledování televizních programů bylo vcelku běžnou sdílenou aktivitou rodičů a dětí, zvláště předškolního a mladšího školního věku, na rozdíl od společného hraní počítačových her, kde bylo běžnější zapojení vrstevníků) a **ovlivňování dostupnosti mediální produkce** dané vybaveností domácností (zejména dětského pokoje) a možnostmi a ochotou rodičů tuto výbavu inovovat.

Motivace rodičovských regulačních opatření nebyla z výpovědí dětí patrná, ale deklarované důvody, pomocí nichž byla dětem vysvětlována (pokud vůbec), byla např. **zdravotní rizika** (péče o zrak, prevence vzniku závislosti ad.), **nebezpečí ztráty dat či poškození zařízení**, jen ojediněle se objevil argument v podobě obav z **narušení procesu socializace** (nedostatek reálného kontaktu s vrstevníky). Tomu pak odpovídaly i představy dětí o potenciálních rizicích, která užívání médií přináší – zvláště riziko závislosti bylo dětmi silně reflektované. Předškoláci vnímali rizika spojená s používáním médií zejména jako fyzické nebezpečí, které jim hrozí, což odpovídá jejich kognitivní i zkušenostní výbavě. U dětí staršího školního věku se regulace užívání médií jako taková rozvolňovala a přibývalo zákazů užívání médií jako formy trestu za jiný prohřešek (např. za špatné výsledky ve škole).

Oblastí aktivního střetu dětských tužeb a rodičovských obav bylo **užívání Facebooku** v mladším školním věku (pod hranicí 13 let pro legální vstup na Facebook) a **hraní akčních her** (tzv. „stříleček“). Tento střet rodiče v praxi řešili celou škálou opatření od přímých zákazů po společné (a tedy kontrolované) užívání médií (např. založení společného facebookového účtu).

Účastníci výzkumu reflektovali a zdůrazňovali roli médií ve svém životě především v rovině **poskytnutí nějaké formy slasti** (zdroj zábavy, zahnání nudy), jako **zdroje informací a prostředku komunikace**, přičemž oceňovali možnost aktivní participace (přednost dostávalo hraní her/blogování/používání sociálních sítí před sledováním televize). Na druhou stranu byl zmiňován i fenomén sledování hráčů počítačových her či youtuberů, které lze považovat také spíše za pasivní mediální zážitek. Zejména mladší a starší školáci si rozvoj intelektu a znalostí spojovali s počítačem, internetovými vyhledávací a knihami, ačkoliv pouze u knih to tak mladší a starší školáci přímo pojmenovali (knihy jsou zřejmě ve výchovném působení rodičů i školy mytologizovány jako bezproblémové a jednoznačně přínosné médium).

6.3 Vnímání role médií a vlastní tvorby (u školních dětí i znalost mediálního průmyslu)

6.3.1 Vnímání role médií a vlastní tvorby

Při diskotování o médiích se u jednotlivých skupin projevovaly věkové a vývojové rozdíly, a to především ve vnímání sebe sama ve vztahu k médiím a v očekáváním spojených s médii.

Předškolní děti vnímaly média především z hlediska:

- a) Osobního vlastnictví: „Jé, moje Elsa a Spongebob.“ – Radka, P60, 5 let; „Moje taky,“ krčila rameny Eliška, P62, 5 let, v reakci na Radku.
- b) Osobního přínosu: Na otázku, jestli je pro ně dobré, když hrají hodně her, odpověděl Jáchym, P55, 5 let, rozhodně: „Jo.“
- c) Osobních dovedností: To se projevilo například v tom, jak chlapci diskutovali o počítačových hrách. „Já sám si to používám. A někdy jsem tam měl auto, ale furt jsem prohrával.“ (Denis, P57, 7 let) – „Já jsem byl na prvním místě.“ (Luděk, P54, 6 let) – „Já jsem pořád vyhrával.“ (Jáchym, P55, 5 let) Případně to bylo patrné i na tom, jak vyzdvihovali, co už s médii dokážou: „Já jsem se to naučil sám.“ (Dušan, P51, 6 let) „Já si stahuju hry sám. Já jsem si stáhl toho Black McQueena sám.“ (Emil, P50, 6 let) „A já to mám i tak, že můžu vyfotit sama sebe.“ (Petra, P53, 6 let)

Z výpovědí mladších školních dětí bylo zřejmé, že se vedle rostoucí schopnosti reflektovat vlastní vztah k médiím („Jsem to [médiá] minulý rok měla zakázané na dva měsíce. (...) Ale bylo to takové bez toho jako jiné, že když jsem tam hrála, tak jsem se jako aj dokázala zabavit.“ – Lenka, P26, 8 let) začínaly také více zajímat i o roli médií v životě svém i jejich blízkých, především rodiny a spolužáků (viz například výroky o závislosti v části 6.2.3).

Starší školáci, kteří se zúčastnili výzkumu, se zajímali nejen o roli médií v životě blízkého okolí, ale i společnosti jako takové, a to jak v kontextu průmyslových (viz níže kapitola 6.3.5), tak občanských a vlastních mediálních obsahů (viz například výroky o sdílení vlastní tvorby, sdílení informací a soukromí, nebezpečí na internetu, nutnosti vzdělávat dospělé v oblasti médií v části 6.2.3). Příkladem občanské participace v kontextu médií může být projektový den na jedné ze zúčastněných základních škol. Studenti vysvětlili, že si měli možnost vybrat z různých tvůrčích činností, mezi kterými byla i mediální tvorba. „Stop motion se to jmenovalo a to jsme udělali vlastně takhle příběh, fotili jsme to a pak jsme z toho dělali video,“ vysvětlila Edita (P20, 14 let). Jiní ale uvedli, že si vybrali jinou aktivitu, protože na rozdíl od mediální tvorby „...to je pro dobrou věc.“ (Alice, P19, 15 let) Těto příležitosti škola v případě mediální tvorby nevyužila.

6.3.2 Co jsou média?

Participantů pojmenovávali set mediálních kartiček například jako zábavu, kulturu, informace, věci a média. V každé skupině se objevili děti a mladiství, kteří tvrdili, že slovo „médiá“ znají, ale jen málo z nich se odvážilo pojem vysvětlit. Mezi předškoláky znala slovo média jen jedna dívka. „Jé, to jsou média,“ řekla Radka (P60, 5 let) hned po té, co začal výzkumník vyrovnávat

před děti první karty s médii. Slovo „médiá“ pak ale vysvětlila jednoduše: „Třeba televize, tablet, telefon.“ (Radka, P60, 5 let)

Mezi mladšími školáky bylo povědomí o slově médiá větší, řada dětí zmiňovala, že výraz někde slyšela. Vysvětlení pojmu jim ale činilo potíže. Děti uváděly, že to jsou „ty moderní věci“ (Daniel, P25, 9 let) nebo „něco na přehrávání filmů“ (Filip, P24, 7 let). Nejbližší byl nejspíše Radim (P36, 8 let): „Médiá je tam, kde se točí. Třeba jako noviny.“ Konkrétnější odpovědi pak přicházely na otázku, k čemu médiá jsou: „Že se z nich můžeme něco dozvědět?“ (Monika, P34, 9 let) Další děti ji doplňovaly: „Třeba číst, procvičovat si čtení.“ (Nikola, P38, 10 let) „Vyhledávat něco.“ (Monika, P34, 9 let) „Ujistit se třeba.“ (Aneta, P33, 9 let)

Někteří starší školáci pojmenovali kartičky s médii jako „zábava“ (Líba, P12, 13 let), „kultura“ (David, P13, 12 let) nebo „zdroje informace“ (Simona, P5, 13 let). Z výpovědí starších školáků lze usuzovat, že pravděpodobně lépe rozuměli danému pojmu, ale přesto se odvážili ho vysvětlit jen někteří z nich. „To je vlastně něco, co řeknou v televizi, nebo v rádiu nebo v různých takových těch... Na různých místech, třeba v novinách je to napsané. A nějakí lidi si to přečtou nějaké věci, nevím, nějakou... (...) Ty médiá jsou vlastně ty informace, který se předávají.“ (Markéta, P9, 14 let) Nejvíce se k tématu vyjádřila Alice (P19, 15 let), která na otázku, jak by desetileté holčičce vysvětlila, co jsou médiá, odpověděla: „Ježiš, já bych jí řekla propaganda, ale to by asi [nepochopila]...“ Dále svůj pohled přiblížila následujícím způsobem: „Protože si myslím, že ty médiá, to je jako vytvořený lidma a hodně to ovlivňuje náš život, vlastně celé ten náš život ovlivňují médiá, buďto, co si přečtem, produkty, co si koupíme, vlastně ty médiá vytvářejí tu budoucnost.“ Během rozhovoru pak dále uvedla, že se o toto téma hlouběji zajímá (zejména o manipulaci médii).

6.3.3 Názory na zpravodajství

Nedílnou součástí debaty o médiích jako o **zdroji informací** bylo i televizní a novinové zpravodajství. Hlavní televizní zprávy sledovala většina participantů nehledě na věkové kategorie, a to nejvíce na Nově, Primě a ČT1. Většina předškoláků a mladších školáků, kteří se účastnili výzkumu, tvrdila, že zprávy sledují s rodiči. Participantů často popisovali, že se ve zpravodajství objevují autonehody (Aneta, P33, 9 let; Jakub, P49, 5 let; Lenka, P26, 8 let), islamisti (Nikola, P38, 10 let), teroristi (Filip, P24, 7 let), krimi (Iveta, P35, 10 let), atentát (Vladislav, P52, 5 let), únosy dětí (Vendula, P28, 8 let), uprchlická krize (Alice, P19, 15 let) nebo zkrátka „blbosti“ (Zdeněk, P15, 12 let). Jen málo dětí zmiňovalo pozitivní či neutrální zprávy: zvířátka (Zuzka, P37, 7 let; Dušan, P51, 6 let), dětské závody (Ivan, P58, 6 let), počasí (Nela, P22, 9 let; Filip, P24, 7 let), různé zajímavosti (Daniel, P25, 9 let). Edita (P20, 14 let) vyjádřila pravděpodobně pocity více dětí, když uvedla: „...Já mám takovej postoj, že prakticky tam mají ze 60 nebo 70 % samý negativní věci a zbytek je prostě pasivní, že tam málokdy objevíme nějakou pozitivní věc, že tam spíš jsou ty negativní. Kdybysme si vzali jedny zprávy a takhle si dali ty odstavce jako na červenou, modrou a zelenou, jako dobrý, špatný a střední, tak těch červených, těch tam bude prostě celé seznam.“ Následně upřesnila, že mluví zejména o zpravodajství TV Nova.

Děti v předškolním věku se o zpravodajství vyjadřovaly spíše tak, že je nebaví (např. Eliška, P62, 5 let; Andrea, P61, 6 let; Lucie, P63, 6 let; Dušan, P51, 6 let). Například Emil (P50, 6 let) je vnímal jako program, který běží mezi jeho oblíbenými pořady: „Jak není Spongebob, tak

skončí Spongebob, tak budou zprávy a pak další zprávy a pak budou srandičky.“ A jak dodal, spíše vždycky čeká, „až přejdou.“ Několika předškoláky byly jako oblíbené zmiňovány dětské Zprávičky. Některé děti pak uvedly, že se na zpravodajství vůbec nebo spíše nedívají, protože to nezapadá do každodenního rodinného režimu: „Já občas trochu po koupání, když to stihnu.“ (Lucie, P63, 6 let) U Radky (P60, 5 let) tomu brání rodiče: „Nás dají do postele a pak se jdou sami koukat.“

Mladší školní děti, které se na televizní zpravodajství dívaly, uváděly jako **důvod** například informace o počasí (Nela, P22, 9 let; Filip, P24, 7 let), „různé zajímavosti“ (Daniel, P25, 9 let), „co se stalo, (...) jestli náhodou tady nejsou teroristi...“ (Filip, P24, 7 let). Některé děti zprávy „moc nebaví“ (Filip, P24, 7 let; Marek, P21, 9 let), jiné pojmenovaly, co je na nich baví: „Že na Nově vždycky na konci těch zpráv hlavních mají něco o zvířatech.“ (Zuzana, P37, 7 let) Iveta (P35, 10 let) doplnila: „Mně na Primě se líbí Krimi zprávy a Divácké zprávy. (...) Jsou srandovní.“ Dalibor (P31, 9 let) vyprávěl, jak ho zaujala reportáž, „...že šla jedna holčička ze školy a jeden pán, úchylák, on ji vzal do auta.“

Starší školáci kritizovali televizní zpravodajství za výběr nerelevantních témat. Uváděli příklady „úplně zbytečných zpráv“, jak je nazvala Karolína (P10, 13 let): „Láďa Hruška.“ (Šárka, P11, 13 let) „Při mínus deseti zmrzne voda.“ (Radek, P14, 13 let) „Nějaká paní se na den ztratí v lese a oni o tom hnedka...“ (Karolína, P10, 13 let) „Nebo že se narodí tolik štěňat... To není úplně důležitá informace pro celou republiku.“ (Markéta, P9, 14 let) Podle Markéty (P9, 14 let) by ve zpravodajství mělo být „něco podstatného.“ Šárka (P11, 13 let) uvedla příklad: „Třeba o těch teroristech, jak teďka bylo.“ Alice (P19, 15 let) vysvětlila: „Co se děje ve světě, třeba teďka ta uprchlická krize nebo něco takovýho, tak to jako jo, to se někdy kouknu. Nebo když se něco týká tady okolí...“ **Kritika televizního zpravodajství** se týkala i objektivitě a důvěryhodnosti. „Tak ty zprávy jsou občas zajímavé, ale stejně, i tak si myslím, že se jim nedá moc věřit,“ uvedla Daniela (P6, 14 let). „Mně to přijde strašně zkreslené, ty zprávy na Nově.“ (Karolína, P10, 13 let) Avšak proč tomu tak je a jak s tím pracují, popsala smysluplně jen Alice (P19, 15 let) na příkladu konspiračních teorií: „Já myslím, že každé ten jakoby tábor má tu svoji pravdu, těžko se dá určit, kdo právě tu pravdu má, nebo říct, jak to vůbec všechno bylo nebo co to způsobilo.“ Na doplňující otázku, jak si tedy utváří názor, odpověděla: „No, podle toho, co mi přijde dobrý, nebo si pak o tom ještě něco zjišťuju, jako fakta v knížkách a takhle. Nebo pak i ve škole, když se o něčem bavíme, tak si na to utvářím názor. Ale nepropaguju ten svůj názor.“

Mladší a starší školáci v souvislosti s televizními zprávami zmiňovali reportáže o teroristech, islamistech a uprchlících, které v některých vyvolávaly **pocity nejistoty až strachu**. Během jedné z ohniskových skupin se staršími školáky Šárka (P11, 13 let) zmínila důležitost informování o teroristech a Líba (P12, 13 let) doplnila, že zprávy by měly odpovědět na otázku, „...kde jsou (...) Abysme si dávali pozor.“ Na otázku, kdo je to terorista, Markéta (P9, 14 let) odpověděla, že je to „...člověk, který nemá rád křesťanství a chce si prosadit ten islám.“ Karolína (P10, 13 let) doplnila: „A prosazuje to jakože...“ „Násilím,“ dodala opět Markéta (P9, 14 let). Na to Radek (P14, 13 let) reagoval se slovy, že se za to náboženství pouze schovává. Skupina mladších školáků otevřela podobnou debatu s tím, že zprávy je dobré sledovat, abychom věděli, „...jestli náhodou tady nejsou teroristi.“ (Filip, P24, 7 let) Standa (P23, 10 let) následně popsal, že terorista „je chlap, který všecy zabíjí.“ Marek (P21, 9 let) ho doplnil: „Protože on si myslí, že má toho svého boha a kdo se pro něho nemodlí, tak on si myslí, že je proti němu, a proto ho chce zabít.“ Nela (P22, 9 let) dodala: „Aj nás by zabili, kdybysme byli

v Bruselu.“ Děti přiznaly, že se terorismu obávají, což Marek (P21, 9 let) uzavřel slovy: „To je hrůza, když k někomu přijde a postřílí ho. Co kdybysme to byli my? Že přijdou k nám nějakí lidi a všechny nás tu postřílí. To je strašně hnusné.“ Jiná skupina mladších školáků na otázku, jestli se někdy bojí toho, co se říká ve zprávách, začala mluvit o islamistech. Nikola (P38, 10 let) vysvětlila, že to jsou „uprchlíci, který jsou... Jak maj válku, tak utíkaj. A že tam nějaký i zabíjej.“ Nikola (P38, 10 let) se také svěřila, že se večer za tmy bála chodit krmit psa, aby tam náhodou nebyli. „Já se bojím, když jsem sama doma, aby jako nepřišli,“ přidala se Iveta (P35, 10 let). Některé děti se shodly na tom, že se jim o tom i zdálo (Radim, P36, 8 let; Monika, P34, 9 let; Iveta, P35, 10 let). Na otázku, co se jim například zdálo, řekla Iveta (P35, 10 let): „Že mě zabijou.“ Většina z této skupiny uvedla, že se o tom s rodiči ani učiteli nebaví. Na otázku, zda by chtěly, aby si s nimi někdo o těchto tématech povídal, některé děti odpověděly záporně (Aneta, P33, 9 let; Zuzka, P37, 7 let), jiné kladně (Monika, P34, 9 let; Iveta, P35, 10 let).

Co se týče **zpravodajství v tištěných médiích**, mladší školáci, kteří se účastnili výzkumu, uvedli, že noviny nečtou, ale rozdíl v nich rozpoznali. Orientovali se zejména pomocí použitého materiálu a designu: „Tamy jsou barevnější,“ uvedl Daniel (P25, 9 let). Dalibor (P31, 9 let) zase ukázal na Blesk: „A tady pak máte takový papír.“ Někteří se pokusili pojmenovat i obsahové charakteristiky tiskovin: „Ten Blesk je třeba o sportu a tak a ty Hospodářské noviny jsou jako, co se stalo nebo jaká byla zima...“ (Lenka, P26, 8 let) Jako důvěryhodnější označili někteří noviny než časopisy (Marek, P21, 9 let; Daniel, P25, 9 let). Marek (P21, 9 let) upřesnil, že jen některé jsou důvěryhodné, a ukázal na Hospodářské noviny. V jiné skupině na otázku, zda je v novinách všechno pravda, odpověděl Roman (P29, 8 let): „Jo, to jsou zprávy.“

Starší školáci byli schopní kriticky zhodnotit oba typy periodik. „Tady z toho, co tu je, jsou to jednoznačně noviny neobjektivnější. Nebo ne neobjektivnější, to se asi nedá takhle říct, ale aspoň nejinteligentnější. Nemají žádné rozsáhlé titulky jako např. Blesk... Už tohle pro mě definuje ten bulvár, protože oni prostě mají obrovské titulky přes půl stránky, že prostě to ty lidi zaujme a že si to koupí... Ti, co se zajímají, si stejně koupí něco jiného.“ (Michal, P1, 15 let) Rozdíl týkající se obsahu pojmenovala Alice (P19, 15 let) následovně: „No, ty Hospodářský noviny, ty se fakt týkaj politiky a takovejch těch důležitějších věcí... (...) Zatímco tam [ukazuje na Blesk] spíš fámy, celebrity a tak...“

Mladší i starší školáci se však shodovali, že noviny jsou určeny spíše rodičům a prarodičům. Na otázku, kdo čte noviny, někteří mladší žáci spontánně odpověděli: „Můj děda.“ (např. Nela, P22, 9 let; Lenka, P26, 8 let; Filip, P24, 7 let). Alice (P19, 15 let) uvažovala i o tom, proč tomu tak je: „Dřív ty noviny fungovaly něco jako televize a zprávy, takže ty naše babičky k tomu mají asi jinej vztah.“

6.3.4 Reklama, product placement, sponzoring

Reklamním sdělením byly věnované dvě aktivity (ukázky časopisů a audiovizuální ukázky), někdy bylo o reklamě, inzerci, sponzoringu s dětmi diskutováno i v průběhu rozhovoru. Následující část bude rozdělena podle základních otázek, které byly dětem ohledně reklamy kladeny. Nejdříve byly dotázány na to, zda někdy slovo „reklama“ slyšely, co znamená (první dvě otázky byly u nejstarších vynechány), k čemu slouží. Poté byly vyzvány, aby hledaly příklady reklam v časopisech a novinách. V případě audiovizuální ukázky bylo předškolním dětem sděleno, že jim bude puštěn kousek pohádky a pak další ukázky, mladší a starší školáci

byli upozorněni na to, že jim bude puštěna ukázka a že jejich úkolem je sledovat, jestli se tam objevují reklamy.

Co je reklama?

Předškoláci, kteří se zúčastnili výzkumu, většinou tvrdili, že slovo „reklama“ někdy slyšeli. Ve snaze vysvětlit, co tento pojem znamená, zdůrazňovali, že se jedná o určitý pořad svého druhu. „Že třeba tam běží jiná jako pohádka, ale to je jenom reklama.“ (Andrea, P61, 6 let) „Reklama... Když se tam něco povídá a pak to skončí a pak je zase jiná reklama.“ (Jáchym, P55, 5 let) „Já mám doma televizi a už je velká, ale jsou v ní pořád nějaké reklamy. Reklama je to, že jsou v ní nějaká videa krátká.“ (Vladislav, P52, 5 let) Pro některé děti byla reklama zkrátka signálem, „že tam už není pohádka.“ (Marcel, P47) Jiné děti vnímaly reklamu jen jako přestávku mezi hlavním pořadem: „Je film, je přestávka na reklamu a pak je zase ten film.“ (Luděk, P54, 6 let) „Třeba že je reklama, když je Hodina pravdy, tak pak je tam reklama, protože to je dlouhý.“ (Radka, P60, 5 let) Pro Radku je to zároveň signál, že už má jít do postele: „Já se dívám na Hodinu pravdy a máma řekne: ‚Při první reklamě už si půjdeš lehnout.‘“ (Radka, P60, 5 let) Ivan (P58, 6 let) ve své verzi reflektoval i jakousi nabídku zboží: „Že tam ukazují, že se tam něco dá v nějakým obchodě (...) koupit nebo... Nebo třeba když je nějaký seriál a je pauza, tak mají reklamu.“

Někteří předškoláci se přiznali, že se jim reklamy líbí: „Mně se líbí, když tam jsou psi.“ (Petra, P53, 6 let) „Mně se líbí, když tam jsou hračky.“ (Dušan, P51, 6 let) Jejich obliba byla ale patrná u všech – ve všech skupinách bylo promítání televizních reklam na závěr přivítáno s nadšením, zpravidla si děti i vyžádaly opakování některých reklam a smály se u nich.

I většina **mladších školáků**, kteří se účastnili výzkumu, tvrdila, že slovo „reklama“ už někdy slyšela. Některí reagovali tak, že místo vysvětlení hned na některé reklamy v časopisech ukázali („Já tady mám hnedka jednu takhle na začátku.“ – Radim, P36, 8 let), jiní si pojem opět spojovali spíše s audiovizuální tvorbou. „Je to kratší video vlastně takové,“ uvedla Lenka (P26, 8 let). Nela (P22, 9 let) vysvětlila, že „je třeba nějaký film a že je to zastavené na nějakou srandovní reklamu.“ Jí osobně to ale spíše obtěžuje, že tam reklamy jsou, a někdy to raději přepne. „Třebas je reklama, jak ukazují, že je levné maso, vajíčka...“ (Vendula, P28, 8 let) Takové reklamy ale Vendula opět viděla spíše v televizi.

Starší školáci se na reklamu dívali s větším nadhledem, více než mladší věkové kategorie participantů měli tendenci reklamu hodnotit a vyjadřovali k ní vlastní postoj. Edita (P20, 14 let) sama vnímala reklamu spíše negativně: „Produkty, to беру, že to je takový, že oni nás prakticky nutí, abysme ty reklamy, že nás spíš nutí, takže to je pro mě spíš to záporný.“ Některým starším školákům vadilo, v jakou chvíli je reklama do televizního programu zařazovaná: „To je snad na tom nejhorší, že to vždycky skončí v tom nejnapínavějším. A najednou „reklama!““ (Edita, P20, 14 let) Zdeněk (P15, 12 let) si zase postěžoval, že když začne reklama, tak raději přepíná jinam, ale zpravidla se včas nestihne vrátit na původní stanici a propásne konec filmu. Jirkovi (P16, 12 let) vadila reklama v mobilu: „Třeba v mobilu, hra, když se stáhne, tak je tam strašně moc reklam.“ Edita (P20, 14 let) ho doplnila: „Najedete na nějakou aplikaci, kterou v tu chvíli třeba potřebujete, a nahoře se objeví reklama, dole se objeví reklama, po straně se objeví reklama. Tak já vždycky odklikávám ty křížky a když se omylem netrefím, tak mi to ukáže tu stránku a pak musím klikat zpátky, abysme se dostala zpátky.“ Mirek (P18, 15 let) naopak zmínil užitečnost reklam: „No, já si úplně neumím představit, že bych ani nemohl nikam odejít,

ani si udělat jako přestávku mezi tím.“ Ve skupině gymnazistů se osmělil David (P7, 13 let) a vysvětlil, co je product placement: „Tak je to třeba v nějakém filmu, třeba je film, kde fotbalový zápas, tak se tam dá třeba záběr na pódium a někdo tam má třeba batoh nějaké značky... Jak se tomu říká, jo, Husky. Tak je tam třeba záběr na ten Husky nápis...“

Rozpoznání reklamy

První asociace zpovídaných **předškolních dětí** v souvislosti s reklamou se většinou týkaly klasických televizních reklam, které jsou zřetelně oddělené od jiného programu. Rozpoznat reklamu v časopise už ale bylo složitější. Na úvodní otázku, jestli tam nějaké reklamy jsou, některé děti odpovídaly záporně, jiné váhaly a jen málo z nich odpovědělo kladně. Jakmile ale první z nich našel v časopise nějakou reklamu (např. Denis, P57, 7 let, ukázal na celou stranu věnovanou reklamě: „Tady je reklama na hodinky!“), ostatní děti ve skupině se přidaly a hledaly podobné obsahy. Aktivita se tedy spontánně vyvinula v jakousi „soutěž“ o to, kdo najde více reklam. Ve všech skupinách tak většinou děti nějaké reklamy našly.

Ještě těžší bylo pro děti rozpoznat product placement. Dětem byla puštěna krátká ukázka z celovečerního filmu „Čtyřlístek ve službách krále“ (2013), konkrétně část, kdy na scénu přijíždí postavička z Pribináčku. Ačkoliv byla diskuse o ukázce obohacena i o reklamu na Pribináček v časopise Sluníčko, kde byla tatáž postavička vyobrazena, dokázaly děti pouze rozpoznat, že to je ta stejná postavička, že běžně do příběhů o Čtyřlístku nepatří, a popisovaly, co v ukázce dělala: „Ona tam dávala jogurty.“ (Samuel, P45) „Přinesla jogurt.“ (Luděk, P54, 6 let) „Vozila Pribináčky.“ (Radka, P60, 5 let)

Mladší školáci oproti předškolním dětem mnohem jednodušeji a rychleji reklamy v časopisech rozpoznali. V jedné skupině činilo hledání reklam a zejména vysvětlení, jak reklamu identifikovat, větší potíže (ve skupině mladších školáků se zdravotním a sociálním znevýhodněním), v jiných skupinách děti neměly problém reklamy v časopisech najít, zpravidla také doplnily, na jaký výrobek to je reklama, a některé se pokusily i vysvětlit, jak dospěly k závěru, že je to reklama: „Že to nepatří do toho.“ (Zuzka, P37, 7 let) Nela (P22, 9 let) uvedla jako pomůcku při rozpoznání televizní reklamy nápis: „Na Prima Zoom, tam mají vždycky... Nebo i na ČT24 mají napsané „reklama“. A to zmizí a tam je nějaká reklama.“

S ohledem na kognitivní vývoj byla pro mladší školáky vybrána ukázka, v níž byla zahrnuta klasická televizní reklama, sponzorský spot a ukázka z pořadu Aplikace, která se pohybuje na hranici mezi reklamním a redakčním sdělením. Klasickou televizní reklamu a sponzorství rozpoznali všichni mladší školáci. Prezentování značek nejrůznějších zařízení a nejnovějších elektronických zařízení uprostřed pořadu bylo pro děti matoucí, ale některé je neváhaly označit za reklamu (Aneta, P33, 9 let; Nikola, P38, 10 let; Monika, P34, 9 let). Děti byly dále dotázány, jestli někdy v pohádce viděly reklamu. „No, když to je na DVDčku, tak tam není reklama, ale když to je třeba na Nově, tak tam jsou třeba reklamy.“ (Nikola, P38, 10 let) Iveta (P35, 10 let) si jakési reklamy všimla v jiném televizním pořadu: „Když se třeba koukám ‚Jak se staví sen‘, tak tam taky mají už trouby, který už si zaplatili.“ V jiné skupině mladších školáků prohlásil Filip (P24, 7 let) po zhlédnutí stejné ukázky: „To je všechno? Vždyť tam byly akorát reklamy!“ Marek (P21, 9 let), který prohlásil, že se na Aplikace občas s tátou dívá, považoval pořad za užitečný: „To jsou Aplikace, to je dobré, tam ti ukážou nějakou ‚apku‘ do mobilu a ty si to můžeš stáhnout.“ Z výběru ukázky z pořadu byl ale i Marek (P21, 9 let) lehce zmaten, ačkoliv pořad znal. Na otázku, jestli ta část, kde mluvil moderátor o elektronice, není reklama,

odpověděl: „Jo. Ale teď to byla reklama. Protože on nic neříkal a jenom ukazovali, že jde spát, a pak ukázali, že si máte koupit tablet nebo telefon nebo co to bylo. (...) Takže já si myslím, že to byly reklamy na tablety a telefony.“ I některé další děti ve skupině s ním souhlasily (např. Lenka, P26, 8 let; Daniel, P25, 9 let). Podobný scénář následoval i ve třetí skupině mladších školáků. Děti zmiňovaly přítomnost reklamy na tablety a telefony (např. Vendula, P28, 8 let), Dalibor (P31, 9 let) uvedl i příklad reklamy na počítač a popisoval scénu, kterou považoval za reklamní. Nakonec označil za reklamu celý pořad.

Starší školáci reklamy v tištěných médiích bez problému rozpoznali, co se týče další diskuse o tom, jak reklamu identifikovali, byl patrný rozdíl mezi skupinou gymnazistů a dalšími dvěma skupinami. V jedné skupině na základní škole vznikla diskuse na téma, zda se reklamy poznají podle toho, že nesouvisí s obsahem časopisu. Někteří starší školáci totiž našli reklamy, které doplňovaly obsah časopisu (např. reklama na router v časopise o počítačích, kterou našel Richard, P17, 14 let), a jiní ukazovali reklamy, které s obsahem vůbec nesouvisely (např. reklama na hodinky v časopise Enigma, kterou našla Alice, P19, 15 let). V jiné skupině starších školáků byly reklamy bez problémů identifikovány, ale k vysvětlení se osmělila pouze Markéta (P9, 14 let): „Protože je tady napsané předplatné a mají to zvýrazněné, aby to šlo dobře vidět... Ale prostě že tu je kolik to stojí a že tu je napsané předplatné.“ Naproti tomu gymnazisti sami doplňovali své odpovědi o zajímavé postřehy. Michal (P1, 15 let) například vysvětlil, proč si myslí, že je důležité, aby byla inzerce v novinách označená jako inzerce: „U těch celých stránek by podle mě měli, protože někteří lidé by si mohli myslet, že to vytvářeli přímo ti v těch novinách... Třeba by se jim pak nedalo věřit, kdyby to neměli označené. Nevím, no. Myslím si, že to je takhle lepší. Na druhou stranu i oni musí nějak vydělávat tou reklamou na ten provoz.“ Jeho spolužačky (Katka, P3, 14 let; Martina, P4, 14 let) našly reklamy v časopise pro dívky: „Jo, tak tady je ta sekce o té módě, jak vlastně ta reklama, tam jsou víceméně odkazy na ty obchody, kde to prodávají...“ (Katka, P3, 14 let) Obě přiznaly, že podle doporučení redakce časopisu nenakupují, ale občas se takovými časopisy inspiroují. Oříškem pro ně však byla (sporná) dvoustrana o liposukci, která zahrnovala reportáž z operace.

Starším školákům byla sice puštěna stejná ukázka jako mladším školákům, byly jim ale kladeny o něco složitější doplňující otázky. Úvodní reklama a sponzorství bylo staršími školáky identifikováno a diskuse se zaměřila spíše na to, do jaké míry zahrnoval reklamu samotný pořad. Daniela (P6, 14 let) některé zmínky o výrobcích vyjmenovala a Katka (P3, 14 let) na to reagovala slovy: „Tak ono to bylo celé jako reklama.“

Cíl reklamy

V případě audiovizuálních reklamních ukázek **předškolní děti** rozpoznaly, že se v nich objevují určité objekty (jogurt, semínka, hračky, Šmoulové), zdůvodnění, proč tam tyto objekty jsou, se však lišilo podle toho, zda s nimi měly vlastní zkušenost. Některé děti tak vysvětlily, že v reklamě se objevuje Bobík, což je „jogurt, který má nahoře vanilku a dole čokoládu.“ (Robert, P59, 5 let) Radka (P60, 5 let) uvedla: „A je tam nakreslený Bobík, ale máma mi ho nekupuje, protože ho nemá ráda.“ U reklamy na Albertovu zahrádku odpovídaly relevantněji děti, které se této sběratelské akce zúčastnily. „Pro zahrádky. Já to mám, já to sbírám.“ (Emil, P50, 6 let) Jedna skupina dětí navíc popsala, že na sběratelskou akci navázaly i aktivity v mateřské škole, kde se sesbíraná semínka učily sázet: „Dali jsme tam řeřichu, tak to též nevyrostlo.“ (Jakub, P49, 5 let) Nevysvětlily sice cíl sběratelské akce, ale uvědomovaly si, jakým způsobem získat další samolepky. „Můj děda šel něco nakoupit a za nákup dostal

nálepky.“ (Petra, P53, 6 let) Reklama, která pracovala s postavičkami Šmoulů, byla puštěna jen jedné skupině dětí, která si to vyžádala. Na otázku, proč tam tito Šmoulové jsou, odpověděl Denis (P57, 7 let): „Abysme mohli jít s nima spát a mohli je pohlídat.“ Následovala otázka, proč se vůbec vytvářejí takové reklamy, Jáchym (P55, 5 let) vysvětlil: „Abysme se mohli dívat na pohádky.“

V případě ukázky product placementu vnímaly **předškolní děti** postavičku z Pribináčka jako součást příběhu, a proto vysvětlovaly její roli v příběhu tak, jak si ji interpretovaly. Na otázku, proč se tam objevila tato postavička, děti například odpovídaly: „Ona tam vozí Pribináčky a ona tam dala Pribináčky pro kamarády a jeden zavázaný s mašličkou tam dala pro tu Fifinku.“ (Radka, P60, 5 let) Na doplňující otázku, proč to ta postavička udělala, odpověděla Andrea (P61, 6 let): „Protože měla narozeniny.“ Podobný scénář se odehrál i v ostatních skupinách. V jedné skupině děti pochopily otázky výzkumníků jako výzvu k domýšlení scénáře, a proto začaly nabízet alternativní vysvětlení. Na otázku, proč byly v ukázce Pribináčky, odpověděl Jáchym (P55, 5 let): „Na ten dort, na ten dort. Protože je z tvarohu, tak na ten dort, tam byl tvaroh.“ Aleš (P56, 6 let) na to reagoval slovy: „A mně se to zdálo, že ty Pribináčky byly živé. (...) A že utekly. A jedna – tady ta [ukazuje na Fifinku na obrazovce] – jednoho Pribináčka živého snědla.“ Výzkumník se následně zeptal, jestli to viděli všichni, jak Fifinka Pribináček snědla (taková scéna se ve filmu nevyskytovala). Denis (P57, 7 let) přikývl a Luděk (P54, 6 let) znejistěl. Jáchym (P55, 5 let) si stál za svou verzí: „Ne. Ona to šla nakoupit, on to dal té holce a dali to na ten dort. A ten tvaroh upekli.“ Luděk (P54, 6 let) tuto diskusi uzavřel se slovy: „Já myslím, že byl jedovatý ten dort.“

Většina zpovídaných předškoláků si postavičku nespojovala s reklamním sdělením a na otázku, zda to byla reklama, nebo film, odpovídali: „Pohádka.“ (např. Denis, P57, 7 let; Aleš, P56, 6 let) Pouze v jedné skupině byl chlapec, který byl přesvědčen, že se jednalo o reklamu. Poznal to prý díky tomu, že „to hraje.“ (Jakub, P49, 5 let) Narážel tak na melodii, která je spojovaná s Pribináčkem a která začala hrát, jakmile se postavička objevila na scéně.

Mladší školáci si uvědomovali, k čemu reklama slouží, ačkoliv měli někdy problémy s vyjadřováním. Například Radim (P36, 8 let) uvedl: „No, že tam jsou k tomu, aby upoutaly pozornost. (...) Kdyby třeba chtěli něco koupit (...), tak když mu to pořád připomínají, tak si řekne, je to jako první, co by... (...) Jako na co je hodně reklam, tak mu to hodně připomíná, tak si to pamatuje. (...) Reklamy jsou jako, aby (...) lákaly, aby si to koupili.“ Monika (P34, 9 let) reklamu vysvětlila následujícím způsobem: „Ty reklamy jsou jakoby k tomu, že když jsou třeba v časopise, tak on si ten člověk ten časopis koupí a pak se chce podívat, co tam je, a vidí tam tu reklamu. A jak si jí všimne a má to rád, tak si ji třeba hnedka chce koupit.“ Aneta (P33, 9 let) měla pocit, že to je ještě trochu jinak: „Když to třeba někde prodávaj a nechtěj si to lidi kupovat, tak dělaj ty reklamy, aby je to upoutalo a aby si to jako šli koupit.“ V jiné skupině mladších školáků uvedl Marek (P21, 9 let): „No, aby si tu reklamu lidi kupovali. Oni totiž tu reklamu dají ve filmu, když je to nejnapínavější, aby se na to dívali ještě, aby se dívali na televizi, a za elektriku taky platíš, takže oni si to bez toho jako...“ Lenka (P26, 8 let) ho doplnila: „Že utratíš peníze prostě za nic.“ A Filip (P24, 7 let) to uzavřel se slovy: „Za nějaké kraviny.“ Následně se tito školáci shodli, že výrobky inzerované v reklamách nekupují, Nela (P22, 9 let) ale vzápětí dodala: „Ale Cinimnies jo třeba. (...) Jídlo třeba jo.“

U **starších školáků** byly patrné rozdíly mezi tím, jakým způsobem vysvětlovali cíle a funkce reklamy. V jedné skupině školáci na otázku, proč v časopisech reklamy jsou, odpovídali velmi

stručně: „Aby zaujaly.“ (Líba, P12, 13 let) „Je to v tom časopise, abych si toho všimla.“ (Šárka, P11, 13 let) „Aby z toho měli peníze.“ (Karolína, P10, 13 let) V jiné skupině se rozvinula diskuse o tom, zda se objevuje **reklamní obsah ve tvorbě youtuberů**: „Placení jsou, je to vidět hodně.“ (Richard, P17, 14 let) „Když se podíváte na ty jejich začátky, jak začali, tak postupně už to pak musíte vidět.“ (Alice, P19, 15 let) Jirka (P16, 12 let) to ale upřesnil: „Na někom jo, na někom ne. Zas někdo to dělá pro peníze, někdo ne.“ S tím souhlasila i Edita (P20, 14 let): „Někdo to dělá proto, že z toho má dobrou pocit, že ho to povznáší...“ Diskuse s gymnazisty umožňovala klást i závažnější otázky. Na otázku, který z typů reklam je efektivnější, Katka (P3, 14 let) odpověděla: „Hodně lidí se na ty reklamy, co nejsou v tom filmu, nedívá, protože to zapnou až na ten film. A když to je v rámci toho filmu, tak si toho člověk asi všimne, jakože to nevypne, když tam zrovna je nějaký záběr.“ Michal (P1, 15 let) přidal postřeh týkající se ceny takového reklamního sdělení: „No, asi záleží na tom čase, kdy se to vysílá. Protože třeba ve dvě hodiny odpoledne se na tu televizi nedívá skoro nikdo, zatímco třeba v sobotu v osm hodin večer... Takže ty reklamy pak musí být zákonitě mnohem dražší a musí stát mnohem víc peněz si zaplatit tu reklamu.“

6.3.5 Znalost mediálního průmyslu

Reklama byla dále označena mladšími a staršími školáky jako jeden z hlavních rozdílů mezi veřejnoprávní a soukromou televizní stanicí: „Na Český televizi nejsou reklamy, když má tam být nějaký pořad, tak myslím, že tam nejsou.“ (Alice, P19, 15 let) „Na dvojce nejsou reklamy.“ (Katka, P3, 14 let) „...Na ČT1 nejsou reklamy v těch pořadech a třeba na Nově jo.“ (Nikola, P38, 10 let) Taková konstatování obvykle vedla ve skupinách s mladšími a staršími školáky k diskusi o financování televizních stanic. Radim (P36, 8 let) jako jediný z mladších školáků vysvětlil: „Za to se ale musí platit. (...) Za status... Za to, že na Jedničce nejsou reklamy, aby si na tom mohla vydělávat.“ Na otázku, kdo za to platí, odpověděl: „Všichni rodiče.“ Ani ve skupině gymnazistů si odpověďmi nebyli příliš jistí. Katka (P3, 14 let) se na otázku, proč tedy na Dvojce nejsou reklamy, odpověděla otázkou: „Že to není komerční televize?“ Michal (P1, 15 let) ji doplnil: „Tak já myslím, že tam jsou nějaké poplatky veřejné, že to snad platí každý. Nevím, kolik to je... Myslím, že je to ročně.“ Druhým možným vysvětlením napříč skupinami byla snaha České televize o kvalitnější televizní program: „Protože se tam snaží mít kvalitní program?“ (Alice, P19, 15 let) „Protože to je víc otravný, když tam jsou ty reklamy.“ (Jirka, P16, 12 let) Michal (P1, 15 let) se v této souvislosti vyjádřil o tvorbě České televize: „Já si myslím, že tam jsou jakože inteligentnější, že prostě na té Nově se vysílá každá blbost...“ Třetí vysvětlení navrhovala Edita (P20, 14 let): „Protože je to víc sledovaný?“ Jako další rozdíl v obsahu mezi stanicemi byl například zmíněn poměr mezi důrazem na českou a zahraniční produkci: „Na ČT1 dávají třeba víc český filmy. (...) Nova to má spíš zahraniční a ČT to má spíš opravdu jako český. Jako když někde běží třeba ty český pohádky, tak je to ta Česká televize.“ (Alice, P19, 15 let)

Předškolní děti se mezi stanicemi se orientovaly zejména podle toho, kde se vysílaly jejich oblíbené pohádky a pořady: „Tady [na Barrandově] můžou být pohádky.“ (Andrea, P61, 6 let) Eliška (P62, 5 let) ji doplnila: „Jiný než na Děčku.“ Andrea (P61, 6 let) dále pokračovala: „A tady [na Barrandově] můžou být i Wingsky, že jo, Lucí? A je tam i víc dílů, třeba když jeden skončí, tak se může přehrát ještě další.“ Ve všech věkových skupinách (nejvíce u předškoláků) však byla zatmělná chybějící znalost terminologie a zároveň převládali účastníci, kteří se k rozdílům nechtěli nebo neuměli vyjádřit.

Vedle financování byla u **starších školáků** dalším tématem regulace. Mezi gymnazisty vyvolala otázka, zda jsou televizní stanice nějak regulované, ticho a přemýšlení. Následně se participanti nejistě vyjadřovali spíše pro názor, že existuje někdo, kdo to hlídá a pokutuje. V jiné ze skupin otevřel diskusi o regulaci televizního vysílání Richard (P17, 14 let): „Asi někdo to tam musí hlídat, že tam jsou nějaký filmy, který jsou nevhodný pro děti. (...) Nebo i nějaký scénky ve zprávách.“ Na otázku, jestli by věděl, kam se s případnou stížností obrátit, odpověděl záporně. K regulaci internetu se už vyjadřovaly i jeho spolužáčky: „Podle toho asi jak na jaký stránce.“ (Alice, P19, 15 let) Edita (P20, 14 let) doplnila, že internet se dělí na určité části. Alice (P19, 15 let) dále uvedla: „Nemyslím si, že by někdo stál nad internetem po celý zeměkouli a hlídal, co na který stránce vyjde a co ne, ale spíš na jednotlivých stránkách...“ Podle gymnazisty Michala (P1, 15 let) je to také spíše nemožné: „Já nevím, tak já si myslím, že v současnosti už je ten internet tak rozsáhlý, že už se regulovat podle mě nedá. Že tam je tolik různých webových stránek, serverů a všeho, že to už já nevím, jestli se to vůbec dá jakože všechno obsáhnout nějakou kontrolou.“ Co se týká ohlášení nevhodného obsahu na internetu, měla více informací skupina ze základní školy, na které proběhly v minulosti přednášky o kyberšikaně. Vlastní zkušenost s kyberšikanou nebo ohlášením nevhodného obsahu nikdo z nich nezmínil, odkazovali ale na příklady ze zmíněných přednášek. „Vím, že se to nějak řešilo, protože za náma byla nějaká paní a ta nám o tom říkala,“ řekl Jirka (P16, 12 let) a ve stručnosti shrnul případ, který se stal v nedalekém městě a který byl na přednášce diskutován. Podle Richarda (P17, 14 let) je dobře, že takové přednášky mají, „abysme si jako uvědomili, jaká je ta vážnost.“

6.3.6 Shrnutí

Mezi dětmi všech tří kategorií bylo – zřejmě jako součást běžného provozu domácnosti, neboť děti uváděly **společné sledování televizního zpravodajství** s rodiči – rozšířené sledování hlavních zpravodajských relací na celoplošných televizních stanicích, přičemž děti z agendy zpravodajství reflektovaly především negativní zprávy, resp. zprávy formulované jako rizika. S přibývajícím věkem rostla schopnost vyjadřovat se o otázkách spojených s médii a schopnost kritického odstupu od obsahu zpravodajství (menší děti uvažovaly o zprávě na ose „baví – nebaví“, starší školáci na ose „je podstatná – je zbytečná“, přičemž představa o relevanci byla spojena hlavně s prožitkem ohrožení a odvíjela se zřejmě od důrazu, který zprávě přisoudilo samo médium, popřípadě z reakcí rodičů). Zejména děti mladšího a staršího školního věku mluvily emotivně o zprávách o „teroristech“, „islamistech“ nebo „uprchlících“, přičemž mladší děti popisovaly s tím spojené zlé sny a obavy.

Tištěné noviny mladší i starší školáci chápali především jako médium určené generaci rodičů a prarodičů a **sami je nečetli**. Přesto se v hrubých rysech v novinové produkci orientovali (dokázali rozlišit bulvární a nebulvární deník a v elementární rovině pojmenovat formální i obsahové rozdíly).

Schopnost vyložit **funkci reklamy** se zřetelněji projevila až u dětí staršího školního věku. Mladší děti měly o existenci reklamních sdělení povědomí, zvláště v televizním vysílání dokázaly rozlišit, že se jedná o jiný obsah, který třeba do pohádky „nepatří“, ale komunikační, resp. persvazivní funkci reklamy vnímaly s obtížemi. Starší školáci reklamní sdělení bez potíží rozeznávali, uvědomovali si vazby mezi reklamou a redakčním obsahem a často vnímali

reklamu spíše jako rušivý prvek (v televizním vysílání, ale i při stahování do mobilního telefonu). Dokázali také identifikovat reklamní obsah ve tvorbě youtuberů.

Velké problémy byly s rozlišením **product placementu** – u předškoláků bylo prakticky vyloučené, stupeň rozvoje kognitivních schopností jim nedovoluje oddělit propagovaný předmět od příběhu, do něhož je vložen. Mladší a starší školáci ho rozlišit dokázali, byli-li k tomu vedeni, a pak vnímali jeho reklamní prvky, a tak ho považovali spíše za klasickou reklam.

Děti mladšího i staršího školního věku do jisté míry vnímaly tematizovaný **rozdíl mezi obsahem nabízeným komerčními stanicemi a televizí veřejné služby**. Pojmenovaly rozdíly v nabídce pořadů, zaznamenaly rozdíl v ne/přítomnosti reklamy. Co se týče fungování, financování a regulace médií, jejich informace byly spíše útržkovité (např. logicky odvodily, že nějaká kontrola u televizního vysílání zřejmě existuje a u internetu je nemožná). O otázkách bezpečnosti, příp. možnosti ohlášení nevhodného obsahu na internetu, měla více informací skupina ze základní školy, na které proběhly v minulosti přednášky o kyberšikaně.

7 Zdroje

Cappello, M. (2005). Photo interviews: Eliciting data through conversations with children. *Field Methods*, 17(2), 170–182.

Cebe, J., Jiráček, J., Kohutová, R., Trampota, T., Vochocová, L., & Wolák, R. (2011b). *Stav mediální gramotnosti v ČR. Fáze II. Výzkum úrovně mediální gramotnosti obyvatelstva do 15 let*. Praha: RRTV, CEMES.

Cebe, J., Jiráček, J., Trampota, T., & Wolák, R. (2011a). *Stav mediální gramotnosti v ČR. Výzkum úrovně mediální gramotnosti obyvatelstva nad 15 let*. Praha: RRTV, CEMES.

Danby, S., & Farrell, A. (2005). Opening the research conversation. In: Farrell, A., ed. *Ethical research with children*. Berkshire: Open University Press.

Dockett, S. & Perry, B. (2007). Trusting children's accounts in research. *Journal of Early Childhood Research*, 5(1), 47–63.

Epstein, A.S. (2003). How planning and reflection develop young children's thinking skills. *Young Children*, 58(4), 1–8.

Evropský parlament a Rada EU (2010). *Směrnice Evropského parlamentu a Rady ze dne 10. března 2010 o koordinaci některých právních a správních předpisů členských států upravujících poskytování audiovizuálních mediálních služeb (směrnice o audiovizuálních mediálních službách) (2010/13/EU)*

Harper, D. (2002). Talking about pictures: a case for photo elicitation. *Visual Studies*, 17(1), 13–26.

Horstman, M., & Bradding, A. (2002). Helping children speak up in the health service. *European Journal of Oncology Nursing*, 6, 75–84.

Jenkins, H. (2006). *Convergence Culture: Where old and new media collide*. NY: New York University Press.

Jenkins, H. (2013). Introduction. In: Herr-Stephenson, B., Alper, M., & Reilly, E. T. *Transmedia: Learning through transmedia play*. [online]. USC Annenberg Innovation Lab and Cooney Center. Přístup dne 24. 8. 2016, z: <http://www.joanganzcooneycenter.org/publication/t-is-for-transmedia/>

Jiráček, J., Nečas, V., Šťastná, L., & Zezulková, M. (2016). *Studie mediální gramotnosti populace ČR. Mediální gramotnost osob starších 15 let*. Praha: RRTV, CEMES.

Lewis, A., & Lindsay, G. (2000). *Researching Children's Perspectives*. Buckingham: Open University Press.

Livingstone, S. (2009). *Children and the Internet: Great Expectations, Challenging Realities*. Cambridge: Polity.

Livingstone, S. (2013). Developing social media literacy: How children learn to interpret risky opportunities on social network sites. *Communications*, 39(3), 283–303.

Livingstone, S., Kalmus, V., & Talves, K. (2015). "Girls' and boys' experiences of online risk and safety". In: Carter, C., Steiner, L., McLaughlin, L. *The Routledge companion to media & gender* (s. 190–200). London New York: Routledge.

Parry, R. L. (2014). Popular culture, participation and progression in the literacy classroom. *Literacy*, 48(1), 14–22.

Rinaldi, C., ed. (2006). *In dialogue with Reggio Emilia: listening, researching, and learning*. Abingdon: Routledge.

Scott, D. (2000). *Reading educational research and policy*. London: Routledge.

Sloboda, Z. (2013). *Mediální výchova v rodině. Postoje, nástroje, výzvy*. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci.

Šedová, K. (2006). *Rodinná socializace dětského televizního diváctví* (Disertační práce). [online]. Přístup dne 24. 8. 2016, z: http://is.muni.cz/th/23233/ff_d/

Šťastná, L. (2015). *The questionable issues in studying the parental mediation*. (Příspěvek přednesený na konferenci The Fourth International Conference of Media Literacy: Multidisciplinary Approach of Media Literacy Research and Practice na Hong Kong Baptist University ve dnech 5.–6. 11. 2015).

Tisdall, E. K. M., Davis, J. M., & Gallagher, M. (2009). *Researching with Children and Young People*. London: Sage.

United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization (1948). *The universal declaration of human rights*. [online]. Přístup dne 24. 8. 2016, z: <http://www.unesco.org/education/docs/hum-rights.htm>

United Nations. (1989). *The Convention on the Rights of the Child*. [online]. Přístup dne 24. 8. 2016, z: http://www.unesco.org/education/pdf/CHILD_E.PDF

Vágnerová, M. (2012). *Vývojová psychologie. Dětství a dospívání*. Praha: Karolinum.

Woodfall, A., & Zezulková, M. (2016). What 'children' experience and 'adults' may overlook: phenomenological approaches to media practice, education and research. *Journal of Children & Media*, 10(1), 98–106.

Zákon č. 231 ze dne 17. května 2001 o provozování rozhlasového a televizního vysílání a o změně dalších zákonů. *Sbírka zákonů České republiky*, částka 87, s. 5038.

Zákon č. 40 ze dne 9. února 1995 o regulaci reklamy. *Sbírka zákonů České republiky*.

Zezulková, M. (2015). Media Learning in Primary School Classroom: Following Teachers' Beliefs and Children's Interests. In: Kotilainen, S., and Kupiainen, R., eds. *Reflections on Media Education Futures* (159–169).

Ukázky použité ve výzkumu

Čtyřlístek ve službách krále. (2013). *CSFD.cz* [online]. Přístup dne 24. 8. 2016, z: <http://www.csfd.cz/film/265749-ctyrlistek-ve-sluzbach-krale/prehled/>

Albertova zahrádka – reklama. (2016). *YouTube* [online]. Přístup dne 24. 8. 2016, z: <https://youtu.be/pULwbfVNoFo>

Šmoulové se zabydleli v Albertu. (2011). *YouTube* [online]. Přístup dne 24. 8. 2016, z: <https://youtu.be/4ke4ndr6ll8>

Pribináček: Televizní spot (2003). (2014). *YouTube* [online]. Přístup dne 24. 8. 2016, z: <https://youtu.be/z4ho9lSkqWk>

Mňam mňam Bobík. (2008). *YouTube* [online]. Přístup dne 24. 8. 2016, z: https://www.youtube.com/watch?v=l8Y8lrN_Y6k

LEGO® Star Wars™ - Millennium Falcon (TV reklama). (2015). *YouTube* [online]. Přístup dne 24. 8. 2016, z: <https://youtu.be/Ec8axsnluL8>

Lenovo Yoga: Ashton Kutcher dojí kozu (2014). (2014). *TVspoty.cz* [online]. Přístup dne 24. 8. 2016, z: <http://www.tvspoty.cz/lenovo-yoga-ashton-kutcher-doji-kozu/>

Applikace. (2016). *Applikace.cz* [online]. Přístup dne 24. 8. 2016, z: <http://www.applikace.cz/>

8 Přílohy

| | | |
|-----|----------------------------------|----|
| 8.1 | Přehled účastníků výzkumu | 56 |
| 8.2 | Scénáře ohniskových skupin | 58 |
| 8.3 | Seznam tabulek | 64 |
| 8.4 | Seznam obrázků..... | 64 |

8.1 Přehled účastníků výzkumu

Tabulka 3. Přehled účastníků výzkumu.

| Označení | Krycí jméno | Pohlaví | Věk | Typ zařízení | Velikost sídla | Geografická příslušnost |
|----------|-------------|---------|-----|--------------|----------------|-------------------------|
| P1 | Michal | M | 15 | G | Malé město | Morava |
| P2 | Tomáš | M | 15 | G | Malé město | Morava |
| P3 | Katka | Ž | 14 | G | Malé město | Morava |
| P4 | Martina | Ž | 14 | G | Malé město | Morava |
| P5 | Simona | Ž | 13 | G | Malé město | Morava |
| P6 | Daniela | Ž | 14 | G | Malé město | Morava |
| P7 | David | M | 13 | G | Malé město | Morava |
| P8 | Dominik | M | 13 | G | Malé město | Morava |
| P9 | Markéta | Ž | 14 | ZŠ | Vesnice | Morava |
| P10 | Karolína | Ž | 13 | ZŠ | Vesnice | Morava |
| P11 | Šárka | Ž | 13 | ZŠ | Vesnice | Morava |
| P12 | Líba | Ž | 13 | ZŠ | Vesnice | Morava |
| P13 | Libor | M | 12 | ZŠ | Vesnice | Morava |
| P14 | Radek | M | 13 | ZŠ | Vesnice | Morava |
| P15 | Zdeněk | M | 12 | ZŠ | Malé město | Čechy |
| P16 | Jirka | M | 12 | ZŠ | Malé město | Čechy |
| P17 | Richard | M | 14 | ZŠ | Malé město | Čechy |
| P18 | Mirek | M | 15 | ZŠ | Malé město | Čechy |
| P19 | Alice | Ž | 15 | ZŠ | Malé město | Čechy |
| P20 | Edita | Ž | 14 | ZŠ | Malé město | Čechy |
| P21 | Marek | M | 9 | ZŠ | Vesnice | Morava |
| P22 | Nela | Ž | 9 | ZŠ | Vesnice | Morava |
| P23 | Standa | M | 10 | ZŠ | Vesnice | Morava |
| P24 | Filip | M | 7 | ZŠ | Vesnice | Morava |
| P25 | Daniel | M | 9 | ZŠ | Vesnice | Morava |
| P26 | Lenka | Ž | 8 | ZŠ | Vesnice | Morava |
| P27 | Ivana | Ž | 9 | ZŠ | Město | Slezsko |
| P28 | Vendula | Ž | 8 | ZŠ | Město | Slezsko |
| P29 | Roman | M | 8 | ZŠ | Město | Slezsko |
| P30 | Artur | M | 10 | ZŠ | Město | Slezsko |
| P31 | Dalibor | M | 9 | ZŠ | Město | Slezsko |
| P32 | Oldřich | M | 9 | ZŠ | Město | Slezsko |

| Označení | Krycí jméno | Pohlaví | Věk | Typ zařízení | Velikost sídla | Geografická příslušnost |
|----------|-------------|---------|-----|--------------|----------------|-------------------------|
| P33 | Aneta | Ž | 9 | ZŠ | Malé město | Čechy |
| P34 | Monika | Ž | 9 | ZŠ | Malé město | Čechy |
| P35 | Iveta | Ž | 10 | ZŠ | Malé město | Čechy |
| P36 | Radim | M | 8 | ZŠ | Malé město | Čechy |
| P37 | Zuzka | Ž | 7 | ZŠ | Malé město | Čechy |
| P38 | Nikola | Ž | 10 | ZŠ | Malé město | Čechy |
| P39 | Eduard | M | 6 | MŠ | Vesnice | Morava |
| P40 | Alena | Ž | 5 | MŠ | Vesnice | Morava |
| P41 | Klára | Ž | 5 | MŠ | Vesnice | Morava |
| P42 | Jaroslav | M | 6 | MŠ | Vesnice | Morava |
| P43 | Václav | M | 6 | MŠ | Vesnice | Morava |
| P44 | František | M | 6 | MŠ | Vesnice | Morava |
| P45 | Samuel | M | - | MŠ | Vesnice | Morava |
| P46 | Viktor | M | 6 | MŠ | Vesnice | Morava |
| P47 | Marcel | M | - | MŠ | Vesnice | Morava |
| P48 | Sandra | Ž | - | MŠ | Vesnice | Morava |
| P49 | Jakub | M | 5 | MŠ | Město | Slezsko |
| P50 | Emil | M | 6 | MŠ | Město | Slezsko |
| P51 | Dušan | M | 6 | MŠ | Město | Slezsko |
| P52 | Vladislav | M | 5 | MŠ | Město | Slezsko |
| P53 | Petra | M | 6 | MŠ | Město | Slezsko |
| P54 | Luděk | M | 6 | MŠ | Město | Slezsko |
| P55 | Jáchym | M | 5 | MŠ | Město | Slezsko |
| P56 | Aleš | M | 6 | MŠ | Město | Slezsko |
| P57 | Denis | M | 7 | MŠ | Město | Slezsko |
| P58 | Ivan | M | 6 | MŠ | Malé město | Čechy |
| P59 | Robert | M | 5 | MŠ | Malé město | Čechy |
| P60 | Radka | Ž | 5 | MŠ | Malé město | Čechy |
| P61 | Andrea | Ž | 6 | MŠ | Malé město | Čechy |
| P62 | Eliška | Ž | 5 | MŠ | Malé město | Čechy |
| P63 | Lucie | Ž | 6 | MŠ | Malé město | Čechy |

Vysvětlivky: Pohlaví: M – muž, Ž – žena; typ zařízení: MŠ – mateřská škola, ZŠ – základní škola, G – gymnázium. Oddělení čarou naznačuje rozdělení účastníků do jednotlivých ohniskových skupin.

8.2 Scénáře ohniskových skupin

Tabulka 4. Scénář ohniskových skupin – předškolní věk.

| | Popis/návod | Otázky |
|----------------------------|--|---|
| <i>Diskuse nad kartami</i> | | |
| Postavy | Zeptat se nejprve na postavy, které jsou na kartách a pak na další, které je napadají. Po výběru nejoblíbenější postavy vytáhnout balíček mediálních karet. | Kdo je na těchto obrázcích? Máte je rádi, proč ano, proč ne? Je mezi nimi nějaký rozdíl? Máte rádi nějaké jiné, co jsou jako tito (fiktivní) a tito (reální)? Kteří jsou vaši nejoblíbenější? |
| Média | Nechat na stole nejoblíbenější jednu či dvě postavy (pokud dvě, ideálně jednu z každé skupiny), ostatní schovat. Pak vytáhnout druhý balíček karet, ujistit se, že všichni vědí, co jednotlivé karty představují. Dalším krokem je zeptat se, kde se tato postava či postavy obvykle/nejčastěji vyskytují a jakou mají děti s jednotlivými platformami zkušenost, nejprve v kontextu dané postavy, poté více obecně. Zaměřit se na platformy, které kolektivně považují za nejdůležitější v jejich životě. Ptát se na přínosy a hrozby a na roli druhých (rodiče, škola, kamarádi) a popřípadě na roli médií ve společnosti. | Tak nechme tady tu kartičku tady a teď vytáhnou ještě jiné. Co na nich je, tady na té a tady na té? A teď mi řekněte, kde všude jste (postavu) viděli nebo o ní slyšeli? Co třeba tady a tady? Kde to je nejlepší? Kde to je nejhorší nebo nejnudnější? Bylo to někdy strašidelné a co jste udělali? (...) Tak a teď tohle schovám (kartu postavy) a budeme si povídat jen o tom, co nám zůstalo na stole. Co z toho máte nejraději, co by vám nejvíc chybělo, kdybych to vzala pryč – a proč? Na co se na tom rádi díváte, co na tom rádi posloucháte, hrajete, děláte? Co nemáte a chtěli byste mít a proč? Co tak rádi používáte doma a co nejraději ve školce? (...) Jsou některé z nich pro vás nebezpečné, jakto? Které jsou pro vás nejlepší a proč? Co vám rodiče dovolují, co vám zakazují? A paní učitelka? |
| Technologie | Přidat k mediálním kartám i technologie a říct, že mimo jiné jsou tu další věci, které nám pomáhají vytvářet vlastní příběhy a postavy nebo ztvárňovat postavy a příběhy lidí, které známe, včetně našich vlastních. Tak jako to dělají autoři knih a filmů. Pak se začít bavit o jejich vlastní mediální tvorbě a sdílení. | Pak tu mám ještě další kartičky (jmenovat, co to je, jak je budeme pokládat). A ty se používají k tomu, aby se vytvořily tady ty příběhy a postavy, o kterých jsme si povídali. A co vy, používáte něco z toho? (postupně jmenovat) Co s tím děláte? A co byste chtěli dělat, ale neumíte? Chtěli byste, aby vás to někdo naučil, kdo? |
| Kanály | Odložit všechny předešlé karty a vytáhnout poslední balíček. Cílem je zjistit, jestli loga poznávají, co to je, co o tom ví, jaké jsou mezi nimi rozdíly obecně a pro ně osobně. Součástí jsou i otázky o zpravodajství. | Teď to všechno schováme a vytáhneme poslední kartičky. Viděli jste to už někdy, co to je? A co je ta Česká televize a co je to a to? Jsou mezi nimi nějaké rozdíly? A co máte nejradši? A co vaši rodiče? Dívají se někdy |

na zprávy, kde? Díváte se s nimi? A co u toho říkají? A vás to baví, proč ano, proč ne? Máte z toho někdy strach?

Aktivity s médii

| | | |
|------------------|---|--|
| Tiskoviny | Páry dostanou každý jeden dětský časopis a pokusí se identifikovat reklamu. Výzkumník se však nezajímá jen o výsledek, ale i o proces. Co si u toho povídají, u kterých částí se zastaví, jak spolupracují apod. Celá skupina pak dostane Blesk a Hospodářské noviny a budou popisovat rozdíly jak mezi nimi, tak mezi časopisy, které již dostali předtím. | Původně zamýšleno, že bude tato část u předškoláků vynechána – důvodem je (1) prozatím nízká relevantnost pro děti, které se ještě neučí číst, a (2) zbytečně je nepřetěžovat a neunudit již tak dlouhým výzkumem. Přejít rovnou k videu je měl udržet při pozornosti a zájmu. Nakonec zrealizováno v omezené podobě – spíše o časopisech, mezi kterými děti našly i časopisy pro nejmenší. |
| Pořad s reklamou | Předem vybraná zhruba tříminutová ukázka obsahuje klasický reklamní spot, sponzoring a product placement. | Kartičky teď odložíme a radši si něco pustíme. Co vy na to? (...) Znáte to? Díváte se na to někdy? A byla tam nějaká reklama? A kde? A co to je ta reklama? Tak já to pustím ještě jednou a zkusíme najít všechny reklamy, jo? (...) Tak co, byly tam? A kde? |
| Webové stránky | Předškoláci a mladší školáci na prvním stupni se podívají na http://decko.ceskatelevize.cz/ a http://www.rozhlas.cz/webik/portal/ . Cílem je sledovat jejich „internetovou“ gramotnost a zájmy. Participanti jsou vybízeni k tomu, aby popisovali, co dělají, proč a co si o tom myslí. | Ve školce je tato část zahrnuta jen, pokud s tím učitel souhlasí a pokud asistuje, jinak vynecháno. |

Tabulka 5. Scénář ohniskových skupin – mladší školní věk.

| | Popis/návod | Otázky |
|----------------------------|--|---|
| <i>Diskuse nad kartami</i> | | |
| Postavy | Zeptat se nejprve na postavy, které jsou na kartách a pak na další, které je napadají. Po výběru nejoblíbenější postavy vytáhnout balíček mediálních karet. | Kdo je na těchto obrázcích? Máte je rádi, proč ano, proč ne? Je mezi nimi nějaký rozdíl? Máte rádi nějaké jiné, co jsou jako tito (fiktivní) a tito (reální)? Chtěli byste být jako slavní lidé, proč ano, proč ne? Je nějaká jedna fiktivní postava nebo celebrita, která se vám líbí nebo někdy líbila všem? |
| Média | Nechat na stole nejoblíbenější jednu či dvě postavy (pokud dvě, ideálně jednu z každé skupiny), ostatní schovat. Pak vytáhnout druhý balíček karet, ujistit se, že všichni vědí, co jednotlivé karty představují. Dalším krokem je zeptat se, kde se tato postava či postavy obvykle/nejčastěji vyskytují a jakou mají děti s jednotlivými platformami zkušenost, nejprve v kontextu dané postavy, poté více obecně. Zaměřit se na platformy, které kolektivně považují za nejdůležitější v jejich životě. Ptát se na přínosy a hrozby a na roli druhých (rodiče, škola, kamarádi) a popřípadě na roli médií ve společnosti. | Tak tahle karta tu zůstane a vytáhnou ještě jiné, které určitě všichni poznáte. Tak jen abychom se shodli, řekněte mi, co na každé z těchto karet je. A teď mi řekněte, kde všude jste se setkali s touto (postavou)? Co z toho si užíváte nejvíc, co nejmíň – a proč? V čem je to jiné třeba na televizi a v knížce? (...) Tak postavu teď dám pryč a budeme si povídat jen o tom, co nám zůstalo na stole. Víte, jak se tomu všemu společně říká? Kde jste to slovo slyšeli, proč myslíte, že jste ho nikdy neslyšeli? A co z těch médií máte nejraději, co by vám nejvíc chybělo, kdybych to vzala pryč – a proč? Na co se třeba rádi (tomto) díváte, posloucháte, hrajete, děláte? Co nemáte a chtěli byste mít? A proč? Co tak rádi používáte doma a co nejraději ve škole, co u kamaráda nebo venku? (...) Jsou některé z nich nebezpečné, jakto? Které jsou pro lidi nejlepší a proč? A co pro vás, je mezi nimi rozdíl, které jsou pro vás lepší a horší? Co vám rodiče dovolují, co vám zakazují? A paní učitelka? |
| Technologie | Přidat k mediálním kartám i technologie a říct, že mimo jiné jsou tu další věci, které nám pomáhají vytvářet vlastní příběhy a postavy nebo ztvárňovat postavy a příběhy lidí, které známe, včetně našich vlastních. Tak jako to dělají autoři knih a filmů. Pak se začít bavit o jejich vlastní mediální tvorbě a sdílení. | Pak tu mám ještě další karty (jmenovat, co to je). A ty se spolu s těmi, co už tu máme, používají k tomu, aby se tvořily příběhy a postavy nebo aby se lidem sdělovaly informace. A co vy, používáte něco z toho? A k čemu? Sdíleli jste něco z toho na internetu, jak a proč? Co je na tom dobrého, co je na tom nebezpečného? A co byste chtěli dělat, ale neumíte? Chtěli byste, aby vás to někdo naučil, kdo? A vy jste někoho něco takového učili? |

| | | |
|--------|--|--|
| Kanály | Odložit všechny předešlé karty a vytáhnout poslední balíček. Cílem je zjistit, jestli loga poznávají, co to je, co o tom ví, jaké jsou mezi nimi rozdíly obecně a pro ně osobně. Součástí jsou i otázky o zpravodajství. | Tohle teď schováme a vytáhneme poslední malou sadu karet. Viděli jste to někdo, co to je? A co je ta Česká televize a co je to a to? A co máte nejradši, co nejmíň a proč? (...) Jsou mezi nimi nějaké rozdíly? Jak si na své fungování vydělávají? Kdo a jak rozhoduje o tom, co tam bude? (...) A co nejvíc sledují rodiče a na co se tam dívají? Sledují zprávy? Díváte se s nimi? A co u toho říkají? A co si myslíte vy? Díváte se rádi na zprávy a proč? Máte z toho někdy strach? |
|--------|--|--|

Aktivity s médii

| | | |
|------------------|---|--|
| Tiskoviny | Děti si nejdříve vyberou z palety novin a časopisů, co je zaujme, a potom jsou vyzvány, aby našly reklamu. Výzkumník se však nezajímá jen o výsledek, ale i o proces. Co si u toho říkají, u kterých částí se zastaví, jak spolupracují apod. Celá skupina pak dostane Blesk a Hospodářské noviny a jsou vyzýváni, aby hledali rozdíly jak mezi nimi, tak mezi časopisy, které již dostali předtím. | Karty teď dáme stranou a podíváme se na konkrétní média. Pro každého máme jinou možnost, kdo chce který „časák“? Tak to teď proleťte a schválně, jestli tam najdete nějaké reklamy. (...) Tak co jste zjistili? (...) A teď přidám ještě tyhle dvoje noviny. Řeknete mi, jaký je v nich rozdíl? |
| Pořad s reklamou | Předem vybraná zhruba tříminutová ukázka obsahuje klasický reklamní spot, sponzoring a product placement. | Vraťme se teď ještě k reklamě. Pustím vám ukázku a vy mi řeknete, kde všude se objevila nějaká reklama. (...) Tak kde? (...) A jaké máme teda reklamy? Máte je rádi? Myslíte, že jsou třeba? Co je na nich špatného? |
| Webové stránky | Mladší školáci na prvním stupni se podívají na http://decko.ceskatelevize.cz/ a na http://www.radiojunior.cz/ . Cílem je sledovat jejich „internetovou“ gramotnost a zájmy. Participanti jsou vybízeni k tomu, aby popisovali, co dělají, proč a co si o tom myslí. Výzkumníci se rozdělí a chodí mezi dětmi a doptávají se. Otázky jsou kladeny dle situace – o volbě, preferencích, problémech a dalších podobných či jiných zkušenostech. | Sedneme si teď k počítačům a zkusíme najít stránky ČTD a ČRo pro děti. (...) Teď si to projděte a dělejte si chvíli, co vás baví, já se vás mezitím na něco budu ptát. (...) Co sis vybral/a a proč? Jak jsi našel/našla, co jsi hledal/a? Tohle tě baví víc než tohle? Co se ti na tom líbí? Co ti na tom vadí? A někde jinde taky hraješ/sleduješ? Je to v něčem jiné? A co reklamy, jsou tu nějaké? A tam, kam normálně chodíš, jsou? A co Facebook a Whatsapp, používáš je? Co si o tom myslíš, k čemu je to dobré? Nebo je to v něčem špatné? Rodiče jsou s tebou, když si na internetu? Co ti říkají? Co říkáš ty jim? |

Tabulka 6. Scénář ohniskových skupin – starší školní věk.

| | Popis/návod | Otázky |
|----------------------------|--|---|
| <i>Diskuse nad kartami</i> | | |
| Postavy | <p>Zeptat se nejprve na postavy, které jsou na kartách a pak na další, které je napadají.</p> <p>(U starších školáků se po realizaci první skupiny osvědčilo začít otázkami na nějaký nedávný „mediální“ zážitek. Z toho vyplynuly oblíbené „jevy“, o kterých si bylo možné povídat v další části.)</p> | <p>Tady jsou příklady fiktivních a reálných postav z médií, které jsou oblíbené mezi dětmi a mladými lidmi. Co na ně říkáte vy? Když jste vyrůstali, jaké postavy jste měli rádi a jaké máte rádi teď? Chtěli byste být jako slavní lidé, proč ano, proč ne? Je nějaká jedna fiktivní postava nebo celebrita, která se vám líbí nebo někdy líbila všem?</p> |
| Média | <p>Nechat na stole nejoblíbenější jednu či dvě postavy, ostatní schovat. Pak vytáhnout druhý balíček karet. Dalším krokem je zeptat se, kde se svými oblíbenými postavami (popř. seriály, hudbou, hrami atd.) nejčastěji setkávají a jakou mají s jednotlivými platformami zkušenost, nejprve v kontextu dané postavy (či toho, co jmenovali), poté více obecně. Zaměřit se na platformy, které kolektivně považují za nejdůležitější v jejich životě. Ptát se na přínosy a hrozby a na roli druhých (rodiče, škola, kamarádi) a popřípadě na roli médií ve společnosti.</p> | <p>Zůstaneme teď jen u této „postavy“ a pobavíme se, kde všude se s ní setkáváme a jak. K tomu mám druhou sadu karet. Rozeznáte, co na nich je? A teď mi řekněte, kde všude jste se setkali s touto (postavou)? Co z toho si užíváte nejvíc, co nejmíň – a proč? V čem je to pro vás jiné třeba na televizi a v knížce (apod.)? (...) A teď si budeme povídat jen o tom, co nám tu zůstalo. Co užíváte nejčastěji, nejraději, co nejmíň rádi, co byste chtěli používat nebo vlastnit, ale nemůžete? A proč? Co nejraději sledujete, posloucháte, hraje, děláte – a proč? (...) Víte, jak se tomuto společně říká? Jak to víte, proč si myslíte, že to nevíte? Učili jste se o tom ve škole nebo třeba doma s rodiči? Co o tom říkají učitelé a co rodiče? (...) Jsou některé z nich nebezpečné? Jakto a pro koho? Které jsou pro lidi nejlepší – a proč? A co pro vás, je mezi nimi rozdíl, které jsou pro vás lepší a horší? Proč si to myslíte?</p> |
| Technologie | <p>Přidat k mediálním kartám i technologie a říct, že mimo jiné jsou tu další věci, které nám pomáhají vytvářet vlastní příběhy a postavy nebo ztvárňovat postavy a příběhy lidí, které známe, včetně našich vlastních. Tak jako to dělají autoři knih a filmů. Pak se začít bavit o jejich vlastní mediální tvorbě a sdílení (zaměřit se i na sociální sítě).</p> | <p>Pak tu mám ještě další karty, které se spolu s těmi, co už tu máme, používají k tomu, aby se tvořily příběhy a postavy nebo aby se lidem sdělovaly informace apod. A co vy, vytváříte vlastní věci? Jak a co? A co byste chtěli dělat, ale neumíte? Chtěli byste, aby vás to někdo naučil, kdo? A vy jste někoho něco takového učili? (...) Sdíleli jste něco z toho na internetu, jak a proč? Co je na tom dobrého, co je na tom nebezpečného?</p> |

| | | |
|--------|--|---|
| Kanály | Odložit všechny předešlé karty a vytáhnout poslední balíček. Cílem je zjistit, jestli loga poznávají, co to je, co o tom ví, jaké jsou mezi nimi rozdíly obecně a pro ně osobně. Součástí jsou i otázky o zpravodajství. | Tohle teď schováme a vytáhneme poslední sadu karet. Co na těch kartách je? Co máte nejradši, co nejvíce a proč? Díváte se na zprávy, sami nebo s rodiči? Díváte se na ně rádi – a proč? Bavíte se o tom s nimi? (...) Jsou mezi tím nějaké rozdíly? Jak si na své fungování vydělávají? Kdo a jak rozhoduje o tom, co tam bude? Existuje nějaká regulace? Kterým byste věřili nejvíce a nejvíce – a proč? |
|--------|--|---|

Aktivity s médii

| | | |
|-----------|---|---|
| Tiskoviny | Děti si nejdříve vyberou z palety novin a časopisů, co je zaujme, a potom jsou vyzvány, aby našly reklamu. Výzkumník se však nezajímá jen o výsledek, ale i o proces. Co si u toho říkají, u kterých částí se zastaví, jak spolupracují apod. Celá skupina pak dostane Blesk a Hospodářské noviny a jsou vyzýváni, aby hledali rozdíly jak mezi nimi, tak mezi časopisy, které již dostali předtím. | Karty teď dáme stranou a podíváme se na konkrétní média. Pro každého máme jinou možnost, kdo chce který „časák“? Tak to teď proleťte a zkuste tam najít nějaké reklamy. (...) Tak co jste zjistili? (...) A teď přidám ještě tyhle dvoje noviny. Řeknete mi, jaký je v nich rozdíl? |
|-----------|---|---|

| | | |
|------------------|---|--|
| Pořad s reklamou | Předem vybraná zhruba tříminutová ukázka obsahuje klasický reklamní spot, sponzoring a product placement. | Vraťme se teď ještě k reklamě. Pustím vám ukázku a vy mi řeknete, kde všude se objevila nějaká reklama. (...) Tak kde? (...) A jaké máme teda reklamy? Máte je rádi? Myslíte, že jsou třeba? Co je na nich špatného, pro vás, pro společnost? Je u nás reklama nějak regulována? |
|------------------|---|--|

| | | |
|----------------|---|---|
| Webové stránky | Školáci na druhém stupni jsou vyzváni, aby šli na http://cool.iprima.cz/ , jelikož jsou cílovou skupinou jak tohoto kanálu, tak těchto webových stránek. Cílem je sledovat jejich „internetovou“ gramotnost a zájmy. Participanti jsou vybízeni k tomu, aby popisovali, co dělají, proč a co si o tom myslí. Výzkumníci se rozdělí a chodí mezi dětmi a doptávají se. Otázky jsou kladeny dle situace – o volbě, preferencích, problémech a dalších podobných či jiných zkušenostech. | Pojďme teď společně na stránky Prima Cool. (...) Projděte si je, cokoliv co vás zajímá, co vás baví. Já se podívám, co to je a popřípadě se vás na to zeptám. (...) Pak poprosit znovu o pozornost a zeptat se obecně o webových stránkách televizí, online streamingu a stahování, pak konkrétně o jejich zkušenosti s internetem a sociálními sítěmi (Facebook, Whatsapp, Instagram), pokud už to nebylo rozebráno dříve. |
|----------------|---|---|

8.3 Seznam tabulek

| | |
|--|----|
| Tabulka 1. Přehled vzdělávacích zařízení zapojených do výzkumu. | 10 |
| Tabulka 3. Podrobnosti o realizaci jednotlivých ohniskových skupin. | 12 |
| Tabulka 3. Přehled účastníků výzkumu..... | 56 |
| Tabulka 4. Scénář ohniskových skupin – předškolní věk. | 58 |
| Tabulka 5. Scénář ohniskových skupin – mladší školní věk. | 60 |
| Tabulka 6. Scénář ohniskových skupin – starší školní věk. | 62 |

8.4 Seznam obrázků

| | |
|---|----|
| Obrázek 1. Ukázka karty s postavami superhrdinů. | 14 |
| Obrázek 2. Ukázka mediálních karet. | 14 |
| Obrázek 3. Ukázka karet s logy televizních kanálů. | 15 |
| Obrázek 4. Ukázka karty s logy internetových médií (vyhledavačů, www stránek a sociálních sítí). | 15 |
| Obrázek 5. Mediální ukázky – tištěná média. | 16 |
| Obrázek 6. Televizní reklama sledovaná dětmi v mateřské škole. | 17 |
| Obrázek 7. Jedna z nejoblíbenějších her mezi participanty – Minecraft. | 18 |