

# Stav mediální gramotnosti v ČR

## FÁZE II

*Výzkum úrovně mediální gramotnosti obyvatelstva do 15 let*

**CEMES**

Centrum pro mediální studia



listopad 2011

**Zadavatel výzkumu:**

Rada pro rozhlasové a televizní vysílání

**Realizátor výzkumu:**

Centrum pro mediální studia CEMES UK FSV

**Autorský kolektiv:**

PhDr. Jan Cebe

Prof. PhDr. Jan Jiráček, Ph.D.

PhDr. Radka Kohutová

PhDr. Tomáš Trampota, Ph.D.

PhDr. Lenka Vochocová

Mgr. Radim Wolák

*Výzkumný projekt Stav mediální gramotnosti v ČR v souladu se zákonem iniciovala Rada pro rozhlasové a televizní vysílání a objednala jeho realizaci u Centra pro mediální studia CEMES UK FSV. Výstupy projektu budou prezentovány Poslanecké sněmovně PČR jako reprezentantu veřejnosti.*



**Rada pro rozhlasové a televizní vysílání (RRTV)** ([www.rrtv.cz](http://www.rrtv.cz)) je správní úřad, který vykonává státní správu v oblasti rozhlasového a televizního vysílání, převzatého vysílání a v oblasti audiovizuálních mediálních služeb na vyžádání podle zákonů č. 231/2001 Sb. a 132/2010 Sb. v platném znění.



**Centrum pro mediální studia (CEMES UK FSV)** (<http://cemes.fsv.cuni.cz>) působí při Katedře mediálních studií Institutu komunikačních studií a žurnalistiky Fakulty sociálních věd Univerzity Karlovy v Praze. Bylo zřízeno v roce 1996 díky grantu MŠMT na podporu vědecké činnosti jako univerzitní výzkumné pracoviště věnující se studiu současné role českých masových médií ve světovém kontextu. Centrum se věnuje studiu fungování médií ve společnosti, rozborům mediovaných obsahů, vývoji etiky profesionálních komunikátorů (zvl. novinářů), strukturálním změnám českých médií a vývoji (dějinám) masových médií. Významný oddíl činnosti CEMES představuje i expertní a analytická činnost věnující se jednotlivým aspektům fungování současných českých médií, zvláště analýzy významných společenských a politických témat a jejich reflexe či konstrukce v masových médiích, dále přednášková činnost týkající se vývoje českých masových médií a v neposlední řadě i soustavná péče o rozvoj a zlepšování úrovně mediální kritiky a mediální výchovy v české společnosti a rozvíjení koncepce mediální gramotnosti v ČR. V květnu 2011 CEMES na zadání RRTV realizoval první fázi výzkumu *Stav mediální gramotnosti v ČR*.

## OBSAH:

<b>1</b>	<b>STRUKTURA ZPRÁVY .....</b>	<b>4</b>
<b>2</b>	<b>ZADÁNÍ A TEORETICKÁ VÝCHODISKA .....</b>	<b>5</b>
2.1	ZADÁNÍ.....	5
2.2	TEORETICKÁ VÝCHODISKA .....	7
<b>3</b>	<b>METODIKA A ORGANIZACE VÝZKUMU .....</b>	<b>10</b>
3.1	METODA VÝZKUMU .....	10
3.1.1	<i>Souhrnné informace .....</i>	<i>10</i>
3.1.2	<i>Počet ohniskových skupin.....</i>	<i>10</i>
3.1.3	<i>Složení skupin.....</i>	<i>10</i>
3.1.4	<i>Lokalizace výzkumu.....</i>	<i>11</i>
3.2	ORGANIZACE VÝZKUMU.....	11
3.2.1	<i>Výběr škol.....</i>	<i>11</i>
3.2.2	<i>Výběr respondentů.....</i>	<i>11</i>
3.2.3	<i>Počet dětí v jednotlivých skupinách .....</i>	<i>12</i>
3.2.4	<i>Průběh rozhovorů.....</i>	<i>12</i>
3.2.5	<i>Zpracování dat .....</i>	<i>13</i>
3.2.6	<i>Ochrana osobních údajů .....</i>	<i>13</i>
3.2.7	<i>Neveřejné materiály .....</i>	<i>13</i>
<b>4</b>	<b>SOUHRN HLAVNÍCH ZÁVĚRŮ .....</b>	<b>14</b>
<b>5</b>	<b>PODROBNÉ ZÁVĚRY SE ZDŮVODNĚNÍM A ILUSTRACEMI.....</b>	<b>15</b>
5.1	DĚTI V PŘEDŠKOLNÍM VĚKU (P).....	15
5.1.1	<i>Vzorce užívání médií s důrazem na televizi a její roli v domácnosti, včetně rodičovské kontroly dětského užívání televize.....</i>	<i>15</i>
5.1.2	<i>Vnímání a výklad vybraných mediálních obsahů s důrazem na zpravodajství, reklamu a počítačové hry .....</i>	<i>16</i>
5.1.3	<i>Vzorce užívání „nových“ médií s důrazem na mobilní telefony a osobní počítače, včetně rodičovské kontroly dětského užívání nových médií .....</i>	<i>16</i>
5.1.4	<i>Zkušenosti s hraničními jevy v užívání médií (probouzení úzkosti, zkušenost s narušováním soukromí v kyberprostoru) a míra racionality a sebekontroly v užívání médií, včetně mediální výchovy... </i>	<i>17</i>
5.2	MLADŠÍ ŽÁCI A ŽÁKYNĚ (1).....	18
5.2.1	<i>Vzorce užívání médií s důrazem na televizi a její roli v domácnosti, včetně rodičovské kontroly dětského užívání televize.....</i>	<i>18</i>
5.2.2	<i>Vnímání a výklad vybraných mediálních obsahů s důrazem na zpravodajství, reklamu a počítačové hry .....</i>	<i>19</i>
5.2.3	<i>Vzorce užívání „nových“ médií s důrazem na mobilní telefony a osobní počítače, včetně rodičovské kontroly dětského užívání nových médií .....</i>	<i>20</i>
5.2.4	<i>Zkušenosti s hraničními jevy v užívání médií (probouzení úzkosti, zkušenost s narušováním soukromí v kyberprostoru) a míra racionality a sebekontroly v užívání médií, včetně mediální výchovy... </i>	<i>21</i>
5.3	STARŠÍ ŽÁCI A ŽÁKYNĚ (2) .....	21
5.3.1	<i>Vzorce užívání médií s důrazem na televizi a její roli v domácnosti, včetně rodičovské kontroly dětského užívání televize.....</i>	<i>21</i>
5.3.2	<i>Vnímání a výklad vybraných mediálních obsahů s důrazem na zpravodajství, reklamu a počítačové hry .....</i>	<i>22</i>
5.3.3	<i>Vzorce užívání „nových“ médií s důrazem na mobilní telefony a osobní počítače, včetně rodičovské kontroly dětského užívání nových médií .....</i>	<i>22</i>
5.3.4	<i>Zkušenosti s hraničními jevy v užívání médií (probouzení úzkosti, zkušenost s narušováním soukromí v kyberprostoru) a míra racionality a sebekontroly v užívání médií, včetně mediální výchovy... </i>	<i>23</i>
	<b>PŘÍLOHY .....</b>	<b>24</b>
5.4	MODEROVACÍ SCÉNÁŘ.....	24
5.5	INFORMOVANÝ SOUHLAS RODIČŮ .....	27

## 1 STRUKTURA ZPRÁVY

Zpráva **Stav mediální gramotnosti v ČR – fáze II** navazuje na průzkum úrovně mediální gramotnosti v ČR formou dotazníkového šetření **Stav mediální gramotnosti v ČR** provedený v květnu 2011. Tato zpráva z fáze II průzkumu shrnuje výsledky průzkumu úrovně mediální gramotnosti české dětské populace provedené pro RRTV ČR v listopadu 2011. Zpráva je strukturována do čtyř částí doplněných **přílohami** s moderovacím scénářem a dokumentem Informovaného souhlasu rodičů s účastí potomka ve výzkumu.

**První část** zprávy připomíná zadání průzkumu a jeho operacionalizaci do okruhů, které se staly podkladem pro přípravu moderovacího scénáře a realizaci vlastního průzkumu. Tato část také nabízí ve stručném přehledu základní teoretická východiska průzkumu a vymezuje pojetí mediální gramotnosti, které se stalo rámcem, v němž byl celý průzkum navržen a designován.

**Druhá část** podrobně popisuje metodiku a organizaci průzkumu.

**Třetí část** přináší stručný souhrn hlavních závěrů (s případnými doporučeními).

**Čtvrtá část** nabízí v podrobnějším rozpracování hlavní závěry plynoucí z průzkumu, tedy z realizovaných ohniskových skupin. Závěry jsou vždy podloženy adekvátními a výstižnými autentickými citacemi z výpovědí respondentů v průběhu ohniskových skupin a namnoze doplněny nabídkou interpretace vztahující se k hlavnímu tématu zadání, totiž úrovni mediální gramotnosti české dětské populace.

Souhrn hlavních závěrů i jejich podrobnější rozpracování jsou strukturovány podle věkových skupin, na něž byl průzkum zaměřen, tedy na (a) děti předškolního věku, (b) mladší žáky a žákyně a (c) starší žáky a žákyně.

## 2 ZADÁNÍ A TEORETICKÁ VÝCHODISKA

### 2.1 ZADÁNÍ

Předmětem této zprávy je shrnutí výsledků průzkumu realizovaného pro RRTV ČR v listopadu 2011 v souladu se smlouvou o dílo uzavřenou mezi RRTV ČR a UK FSV (smlouva na vyžádání k nahlédnutí u zadavatele výzkumu).

Dle smluvního zadání mezi zadavatelem a zhotovitelem se výzkum realizovaný za pomoci metody ohniskových skupin soustředil na vybrané ukazatele úrovně mediální gramotnosti u předškolních dětí a mladších a starších žáků základních škol.

Z tematického hlediska byl průzkum zaměřen na tyto základní tematické okruhy navržené zadavatelem:

- *vzorce užívání médií (tradiční média versus nová média)*
- *přístup k novým médiím a jednotlivé komunikační technologie (access to communication)*
- *důvod užívání jednotlivých komunikačních technologií*
- *způsob užívání jednotlivých komunikačních technologií.*
- *multitasking (souběžné užívání několika typů komunikace např. prostřednictvím internetu)*
- *znalost nových komunikačních technologií (prostřednictvím dotazování odborných výrazů)*
- *individuálnost/ skupinovost užívání médií*
- *omezení přístupu k některým obsahům (např. prostřednictvím dozoru rodičů)*
- *povědomí o nebezpečných aspektech užívání nových technologií (ochrana soukromí, pornografie, autorské právo)*
- *povědomí o pozitivní využitelnosti nových technologií (demokratická participace atd.)*
- *subjektivní hodnocení jednotlivých nových komunikačních technologií*
- *postoje populace k regulaci obsahu nových médií*
- *další témata*

Tyto okruhy byly následně operacionalizovány do čtyř hlavních tematických celků:

- (a) vzorce užívání médií s důrazem na televizi a její roli v domácnosti, včetně rodičovské kontroly dětského užívání televize*
- (b) vnímání a výklad vybraných mediálních obsahů s důrazem na zpravodajství, reklamu a počítačové hry*
- (c) vzorce užívání „nových“ médií s důrazem na mobilní telefony a osobní počítače, včetně rodičovské kontroly dětského užívání nových médií*
- (d) zkušenosti s hraničními jevy v užívání médií (probouzení úzkosti, zkušenost s narušováním soukromí v kyberprostoru) a míra racionality a sebekontroly v užívání médií, včetně mediální výchovy*

Tyto okruhy se staly podkladem pro přípravu *moderovacího scénáře* a pro realizaci vlastního průzkumu (více viz kapitolu 3 Metodika).

## 2.2 TEORETICKÁ VÝCHODISKA

Průzkum realizovaný ve fázi II navazuje, jak již bylo uvedeno výše, na průzkum *Stav mediální gramotnosti v ČR* provedený formou dotazníkového šetření v květnu 2011 (CEMES UK FSV 2011), a je proto postaven na shodných teoretických východiscích.

Základním rámcem těchto východisek je přístup k mediální gramotnosti, jak je definována v relevantních dokumentech evropských nadnárodních institucí, především *Směrnice Evropského parlamentu 2007/65/ES*, která v článku 37 říká: „**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.**“ (Zvýraznění autory zprávy.) O zásadní důležitosti tohoto pojetí svědčí i skutečnost, že formulace je bez úprav přebírána i do dalších dokumentů a objevuje se ve *Směrnici Evropského parlamentu a Rady 2010/13/EU* z března 2010 (tam v čl. 47).

Důraz na „efektivní a bezpečné užívání médií“ představuje vyvážené pojetí mediální gramotnosti jako kompetence, která na jedné straně dovoluje maximalizaci využití médií k vlastnímu užítku a potěše, jednak minimalizuje rizika, která z užívání médií mohou plynout nebo reálně plynou. Podstatou efektivního a bezpečného využívání médií je v pojetí citovaného dokumentu „informovaná volba“ a „porozumění povaze obsahů a služeb“, která média nabízejí. Z toho plyne, že **klíčovými parametry mediální gramotnosti jsou informovanost o povaze obsahů a služeb nabízených médií a porozumění těmto obsahům a službám.** Jedním z pozitivních důsledků je v dikci citovaného dokumentu zlepšení schopnosti ochrany uživatele médií před mediálními obsahy, které mohou být škodlivé či urážlivé.

Tento přístup k mediální gramotnosti se fakticky promítá do všech dokumentů na evropské úrovni, které se nějakým způsobem k médiím a mediální gramotnosti vztahují. Tyto výchozí pojetí mediální gramotnosti potvrzují, případně rozpracovávají a doplňují – a to především o „občanský“ rozměr (podíl médií na začleňování do společnosti a výkon občanských práv) a kulturní rozměr.

Tak *Doporučení Komise evropských společenství K(2009)6464* ze srpna 2009 nazvané „o mediální gramotnosti v digitálním prostředí pro vyšší konkurenceschopnost audiovizuálního průmyslu a průmyslu obsahu a otevřenou znalostní společnost“ konstatuje, že cílem „mediální

gramotnosti je zvýšit povědomí lidí o všech formách mediálních sdělení, s nimiž se v každodenním životě setkávají“, a dodává, že „mediální gramotnost je otázkou začlenění do současné informační společnosti a občanství v této společnosti. Představuje základní dovednost, a to nejen mladých lidí, ale rovněž dospělých a starších osob, rodičů, učitelů a odborníků v oblasti sdělovacích prostředků. Internet a digitální technologie umožňují stále většímu počtu Evropanů vytvářet a šířit obrázky, informace a obsah. Mediální gramotnost je dnes považována za jeden ze základních předpokladů aktivního a úplného občanství a za prostředek k prevenci a snížení rizik vyloučení ze života společnosti“. S ohledem na kulturní rozměr médií ale mediální gramotnost rozšiřuje a konstatuje, že „má klíčovou úlohu při zvyšování povědomí o evropském audiovizuálním dědictví a kulturní identitě a také zájmu o audiovizuální dědictví a nejnovější evropská kulturní díla“. (Podrobnější rozbor současné evropské politiky na poli mediální gramotnosti – a to včetně realizačních omezení – nabízí například irský mediolog Brian O'Neill v článku *Current policy developments in European media literacy*, který vyšel v roce 2010 v časopise *International Journal of Media and Cultural Politics*, roč. 6, č. 2, s. 235–241).

Vzhledem k tomu, že zadáním průzkumu, o němž informuje tato zpráva, bylo zjišťování úrovně mediální gramotnosti v české dětské populaci, soustředil se průzkum právě na ty parametry mediální výchovy, které zdůrazňují citované dokumenty akceptované na evropské úrovni a které jsou spojeny s

- (a) **informovaností uživatelů** (v tomto případě dětí a skrze jejich limity a podpory jejich uživatelského chování i rodičů), tedy efektivitu a užívání médií, včetně rodičovské kontroly dětského užívání médií (zvláště televize),
- (b) **porozuměním mediálním obsahům**, tedy vnímáním a výkladem vybraných mediálních obsahů dětmi s důrazem na zpravodajství, reklamu a počítačové hry
- (c) **bezpečností užívání médií** s důrazem na média „nová“ (zvláště mobilní telefony a osobní počítače),
- (d) **zkušeností s riziky** souvisejícími s užíváním médií.

Stejný nebo velmi blízký přístup k pojetí mediální gramotnosti lze vysledovat i u zahraničních výzkumných institucí a projektů, které se zkoumáním mediální gramotnosti věnují – především britský regulační orgán Ofcom, k němuž se jako k metodologické a koncepční inspiraci vztahovala i zpráva o první fázi výzkumu (<http://www.ofcom.org.uk/>), a dlouhodobé šetření EU Kids Online (<http://www2.lse.ac.uk/media@lse/research/Home.aspx>). Ofcom nabízí vlastní definici mediální gramotnosti obohacenou o tvořivý prvek (mediální gramotnost jako „schopnost užívat rozumět a vytvářet média a komunikační prostředky v nejrůznějších kontextech“, viz např. zpráva Ofcom *Children and parent: media use nad attitudes report*



z 25. října 2011), ten ale nebyl v tomto průzkumu zohledněn (a nebyl ostatně ani součástí zadání).

### 3 METODIKA A ORGANIZACE VÝZKUMU

#### 3.1 METODA VÝZKUMU

Průzkum byl v souladu se smluvním zadáním realizován za pomoci metody **ohniskových skupin** (focus groups).

##### 3.1.1 Souhrnné informace

**Počet skupin:** 6

vždy 2 ohniskové skupiny (jedna kontrolní)  
pro 3 věkové kohorty (předškoláci, první stupeň ZŠ, druhý stupeň ZŠ)

**Počet participantů v každé skupině:** 6–8 (50 % chlapci, 50 % dívky)

**Délka rozhovoru:** 45–60 min

**Termín sběru dat:** listopad 2011

##### 3.1.2 Počet ohniskových skupin

V rámci šetření se uskutečnily řízené rozhovory se šesti osmičlennými skupinami dětí v ČR (dvě skupiny předškoláci, dvě skupiny první stupeň ZŠ, dvě skupiny druhý stupeň ZŠ).

##### 3.1.3 Složení skupin

Skupiny byly strukturovány tak, aby polovinu účastníků tvořily dívky a polovinu chlapci.

V rámci jednotlivých věkových kohort došlo k zprůměrování věku respondentů následujícím způsobem:

**Děti předškolního věku:** Z důvodu komunikačních možností dané věkové skupiny byly do výzkumu zařazeny děti nejstaršího předškolního věku, tedy děti v posledním ročníku mateřských škol, „předškoláci“. V obou ohniskových skupinách byly zapojeny děti ve věku 5–6 let.

**Mladší školní věk:** Ohniskových skupin se zúčastnily děti 1. stupně základních škol ze třetích (50 %) a čtvrtých ročníků (50 %) ve věku 8–10 let.

**Starší školní věk:** Účastníci skupin byli vybráni mezi žáky a žákyněmi sedmých (50 %) a osmých ročníků (50 %) ve věku 12–14 let.

#### 3.1.4 Lokalizace výzkumu

Ohniskové skupiny byly ve všech věkových kategoriích organizovány tak, aby případně zachytily uživatelské rozdíly u dětí, které vyrůstají v prostředí malého města a vesnice na jedné straně a velkoměsta na straně druhé. Realizátoři výzkumu se rozhodli z důvodů přísné anonymizace dat nezveřejnit přesné lokace a adresy škol zapojených do výzkumu (data jsou součástí neveřejných příloh – viz níže kap. 3.2.7).

## 3.2 ORGANIZACE VÝZKUMU

Výzkum byl organizován v souladu s etickými i právními zásadami spojenými s realizací výzkumných šetření.

#### 3.2.1 Výběr škol

Školy zapojené do projektu byly osloveny na základě náhodného výběru, se zřetelem k výše zmíněné snaze o lokalizaci výzkumu. Účast škol byla dobrovolná, po skončení výzkumu byly školy za spolupráci odměněny formou sponzorského daru. Školy se podílely na oslovení rodičů a zajištění informovaných souhlasů s účastí dítěte ve výzkumu, pomáhaly s výběrem dětí, zajištěním prostor a dalších organizačních záležitostí.

Výzkumu se zúčastnily dvě mateřské školy (v každé jedna skupina). A dvě školy základní (v každé dvě ohniskové skupiny – jedna u dětí mladšího školního věku, druhá u dětí staršího školního věku).

#### 3.2.2 Výběr respondentů

Děti byly do skupin vybírány tak, aby se zachovaly požadavky na složení skupin (viz výše). Výběr na základních školách probíhal prostřednictvím třídních učitelů, kteří z každé paralelní třídy v ročníku vybrali náhodně dívku a chlapce a nabídli jejich rodičům účast dětí ve výzkumu (jedna dívka a jeden chlapec 3. A, jedna dívka a jeden chlapec 3. B, jedna dívka a jeden chlapec 4. A, jedna dívka a jeden chlapec 4. B + z každého ročníku jeden náhradník/náhradnice). Tak byl zajištěn počet 8 + 2 náhradníci – obdobně na 2. stupni ZŠ.

V mateřských školách byli v několika vlnách osloveni rodiče dětí nejstaršího předškolního věku, dokud se nepodařilo skupinu zaplnit.

Všichni rodiče, jejichž děti se účastnily výzkumu, podepsali dokument *Informovaný souhlas rodiče s účastí dítěte ve výzkumu* (viz přílohu 6. 2).

### 3.2.3 Počet dětí v jednotlivých skupinách

Původně předpokládaný počet 10 participantů každé ohniskové skupiny byl na základě předvýzkumu snížen na 8 z důvodu snadnější a efektivnější práce se skupinou.

Ve čtyřech ze šesti případů se podařilo naplnit skupiny plným počtem participantů (8). Jedna skupina byla tvořena sedmi a jedna šesti účastníky (z důvodu nemoci přihlášených dětí ve větším počtu, který nedokázaly vyrovnat ani počty náhradníků).

### 3.2.4 Průběh rozhovorů

V daný den a v určenou hodinu se zúčastněné děti sešly ve vybrané učebně ve škole (školce), kde proběhl kolektivní cca 45–60 minutový rozhovor. V místnosti byli dále přítomni: vyškolená moderátorka, koordinátor výzkumu, technik a zástupce školy z řad pedagogů či výchovných poradců (určený vedením školy s maximální snahou o výběr osob, jejichž přítomnost bude co nejméně negativně ovlivňovat spontaneitu reakcí respondentů).

Rozhovory probíhaly na základě strukturovaného *moderovacího scénáře* (viz přílohu 6. 1), který zohledňoval výše definované základní tematické okruhy. Otázky byly přizpůsobeny dané věkové skupině. Cílem rozhovoru bylo získat spontánní vyjádření dětí. Děti byly předem seznámeny s pravidly diskuse, nemusely odpovídat na otázky, na které odpovídat nechtěly či na ně neznaly odpověď.

Ze všech ohniskových skupin byl pořízen videozáznam, který je striktně neveřejný a slouží výhradně pro potřeby zpracování výzkumu.

### 3.2.5 Zpracování dat

Získaná data byla přepsána a analyzována, hlavní poznatky jsou součástí této závěrečné zprávy. Přepisy všech ohniskových skupin jsou součástí neveřejných příloh výzkumného šetření.

### 3.2.6 Ochrana osobních údajů

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 (za přesně definovaných podmínek).

Z důvodu zabezpečení ochrany osobních údajů se realizátor výzkumu rozhodl:

- a) nezveřejňovat adresy školních zařízení zapojených do výzkumu,
- b) anonymizovat identitu respondentů,
- c) vytvořit soubor neveřejných materiálů, které jsou přístupné jen řešiteli a zadavateli výzkumu za předem jasně vymezených pravidel.

### 3.2.7 Neveřejné materiály

Složka neveřejných materiálů obsahuje

- a) soubor s adresami školských zařízení zapojených do výzkumu,
- b) DVD nosiče s videozáznamy ohniskových skupin,
- c) MiniDV (master) nosiče s videozáznamy ohniskových skupin,
- d) přepisy záznamů ohniskových skupin s charakteristikami jednotlivých účastníků rozhovorů,
- e) dokumenty podepsaných *informovaných souhlasů* rodičů všech dětí účastnících se šetření,
- f) dokument sloužící jako klíč k případné zpětné de-anonymizaci jmen účastníků výzkumu (pro potřeby reinterpretace výsledků).

Za neveřejnost těchto materiálů zodpovídá řešitel výzkumu.

## 4 SOUHRN HLAVNÍCH ZÁVĚRŮ

- *Dominantním médiem v rodině zůstává televize, ale pomalu se ztrácí spojení televizního programu a televizního přijímače, neboť jeho funkce přebírá počítač a „přístroj“ a „obsah“ se od sebe oddělují i v přístupu mladých uživatelů.*
- *Se změnami ve vybavenosti domácností televize oslabuje svoje postavení média, které integruje rodinu a nabízí sdílené prožitky, a stává se spíše nástrojem individuální volby a spotřeby. Tendence ke vnímání televize jako prostředku individuální volby a spotřeby stoupá s věkem, děti předškolního věku vítají, když jsou rodiče ochotni dívat se na „jejich“ pořady.*
- *Představy dětí v předškolním, mladším školním i starším školním věku o roli a obsahu zpravodajství jsou závislé na postojích rodičů a v zásadě spíše stereotypní. Převažuje představa, že zpravodajství není relevantní výpovědí o světě.*
- *Děti všech sledovaných věkových kategorií mají poměrně jasnou představu o roli a komunikačním cíli reklamních sdělení, a to včetně základního povědomí o komunikačních strategiích používaných v reklamních sděleních. S přibývajícím věkem klesá deklaratorní zájem o reklamu a její odmítání se stává statusovou záležitostí.*
- *V rodinách existuje poměrně silná rodičovská kontrola užívání televize. Tato kontrola má jak omezující, tak doporučující rovinu. Omezení se týkají jak rozsahu užívání médií, tak konkrétních obsahů (mezi nimi převažuje restrikce násilných obsahů, obsahů vzbuzujících úzkost a erotických obsahů). Doporučení se týkají vzdělávacího potenciálu vybraných pořadů.*
- *V rodinách se uplatňuje poměrně zřetelná rodičovská kontrola užívání osobních počítačů, a to jak sociální (pravidly a domluvou), tak technologická (softwarem). Limitem této kontroly je počítačová gramotnost rodičů.*
- *Rodičovská kontrola užívání počítačů se výjimečně týká i sociálních rizik (narušení soukromí), ale soustředí se především na technologická rizika (víry) a ekonomická rizika (vynucení internetové platby).*

## 5 PODROBNÉ ZÁVĚRY SE ZDŮVODNĚNÍM A ILUSTRACEMI

Ohniskové skupiny byly ve všech věkových kategoriích organizovány tak, aby případně zachytily uživatelské rozdíly u dětí, které vyrůstají v prostředí malého města a vesnice na jedné straně a velkoměsta na straně druhé (fáze I průzkumu naznačila, že by takové rozdíly mohly být významné). Výpovědi respondentů ale významnější rozdíly spojené s prostředím neprokázaly.

Poznámka:

Z důvodu ochrany osobních údajů byla jména respondentů nahrazena kódy:

D = dívka

H = hoch

P = předškolák/předškolačka

1 = žák/žákyně prvního stupně ZŠ

2 = žák/žákyně druhého stupně ZŠ

Příklad:

1DP, 6 let – respondent č. 1; dívka; předškolačka, 6 let

12H1, 10 let – respondent č. 12; hoch, první stupeň ZŠ, 10 let

(Relevantní skupiny shodných věkových kohort byly při kódování sloučeny, realizátor výzkumu disponuje neveřejným dokumentem umožňujícím případné znovu-přiřazení identity kódu osoby.)

### 5.1 DĚTI V PŘEDŠKOLNÍM VĚKU (P)

#### 5.1.1 *Vzorové užívání médií s důrazem na televizi a její roli v domácnosti, včetně rodičovské kontroly dětského užívání televize*

V uživatelském chování dětí v předškolním věku jako konzumentů médií převažuje zájem o televizi jako zdroj pohádek, sledování obsahů jiného typu – zprávy, filmy, magazíny, sport – je součástí jejich každodennosti, ale není plnohodnotně prožívané (odpověď na otázku „Co vidíte ve zprávách?“: „*Počasí*“, 3DP, 6let) a není zřejmě ani vítané ze strany rodičů. Tradiční postavení Večerníčku (ČT) jako pořadu, který rodině strukturuje podvečerní čas, se zřetelně oslabuje a Večerníček je nahrazován Animáčkem (TV Barrandov), popřípadě v tomto čase televize neběží, protože rodina řeší jinou agendu.

Přítomnost většího počtu televizních přijímačů odpovídající počtu členů v domácnosti, včetně dětí, je samozřejmost, která je chápána jako standard. Televize tedy sice není integrujícím rodinným médiem („rodinným krbem“), ale nástrojem individuální volby, případně volby dohadované se sourozenci („*Jeden se bude dívat dole a jeden nahore, tak je to domluvený*“, 7HP, 6 let), přesto děti v předškolním věku přece jen spíše dávají přednost sledování televize s rodiči (pokud rodiče akceptují jejich volbu programu).

Děti si již v předškolním věku uvědomují přítomnost rodičovské kontroly a její vliv na užívání médií, ale jen okrajově si tematizují obsah a důvody této kontroly (odpověď na otázku „Co rodiče nechtějí, abyste viděli?“: „*Třeba filmy v noci*“, 7HP, 6 let, „*Že někdo umřel třeba*“, 4DP, 5 let).

### *5.1.2 Vnímání a výklad vybraných mediálních obsahů s důrazem na zpravodajství, reklamu a počítačové hry*

Povědomí o roli a obsahu zpravodajství bylo u respondentů v předškolním věku nejasné a jako téma nepříliš zajímavé (Na otázku „Co se píše v novinách“? „*Třeba jak zloději kradou peníze*“, 7HP, 6 let, „*jak holku třeba zbil, měl nějaký dřevo*“, 1DP, 6 let, o televizním zpravodajství: „*Tam jsou nahananí zlí lidé*“, 3DP, 6 let, „*Já jsem ve zprávách viděl, že zloději do domu střelili a holčička měla spálenou celou obličej*“, 13HP, 5 let). Představy o relevanci zpravodajských sdělení odvozují především od odposlouchaných postojů rodičů a prarodičů. Respondentům v předškolním věku se teprve začíná ujasňovat role reklamy a s obtížemi si ji tematizují. Na druhou stranu ale reklamní sdělení o nabízeném zboží nezpochybňují a plně se nabídky podřizují (spontánně souhlasné odpovědi na otázky, zda zboží nabízení v reklamě je opravdu „hezké“ nebo „dobré“).

### *5.1.3 Vzorce užívání „nových“ médií s důrazem na mobilní telefony a osobní počítače, včetně rodičovské kontroly dětského užívání nových médií*

Užívání mobilního telefonu není v této věkové skupině příliš rozšířené, a pokud je aktivní uživatel mobilu v předškolním věku, jeho uživatelská aktivita se omezuje na možnost zavolat některému z rodičů (další aktivity, byť deklarované v hovoru, se neprokázaly jako skutečně zvládané). Děti v předškolním věku považují mobil především za součást světa dospělých a za prostředek zvyšující bezpečnost života („*mamka, když taťka nepřijíždí, tak by myslela, že se mu něco stalo*“, 7HP, 6 let), resp. usnadňující sociální kontakt („*Protože by mamka nevydržela bez telefonu, protože by nemohla volat svojí tetě*“, 1DP, 6 let).

Děti v předškolním věku považují přítomnost počítače v domácnosti v zásadě za samozřejmost (a případnou nepřítomnost připouštějí s rozpaky), sami jako uživatelé používají



počítač (a) jako prostředek komunikace s rodiči (e-mail), (b) jako platformu pro hraní her, případně (c) pro pouštění hudby.

Pokud jde o rodičovskou kontrolu užívání počítače, není pro tuto věkovou skupinu příliš vyhraněná, někteří respondenti měli zkušenost s přístupem na počítač zabezpečeným heslem, někteří připustili, že se rodiče snaží omezit čas dětí strávený u počítače, vyskytlo se i společné užívání počítače s rodiči (prohlížení fotografií, 6HP, 5 let).

*5.1.4 Zkušenosti s hraničními jevy v užívání médií (probouzení úzkosti, zkušenost s narušováním soukromí v kyberprostoru) a míra racionality a sebekontroly v užívání médií, včetně mediální výchovy*

Respondenti zřejmě neprožili zkušenost s narušením soukromí pomocí médií či kyberšikanu, jen zaznamenali úzkostné stavy (převážně transformované do prožitku „zlých snů“) po zhlédnutí mediálních obsahů vyvolávajících strach, napětí či úzkost, a to včetně pohádek („*když koukám na pohádky, tak se mi zdají pořád nějaký zlý sny*“, 7HP, 6 let).

## 5.2 MLADŠÍ ŽÁCI A ŽÁKYNĚ (1)

### 5.2.1 Vzorce užívání médií s důrazem na televizi a její roli v domácnosti, včetně rodičovské kontroly dětského užívání televize

Televize není integrujícím rodinným médiem („rodinným krbem“), ale rovnocennou alternativou počítače, tedy platformou, na níž je možné jako na počítači sledovat zvolený obsah. Přítomnost většího počtu televizních přijímačů odpovídající počtu členů v domácnosti, včetně dětí, je samozřejmost, která je chápána jako standard („*My máme tři. My máme ještě starší sestru, ta má v pokoji, my taky, a pak máme dole jednu*“, 7D1, 9 let, „*Když se rodiče dívají na televizi, tak já se většinou dívám taky, protože my máme v domě tři televize. My jsme si to rozdělili tak, že jedna je moje a sestry, druhá je mamky a třetí je taťky*“, 9H1, 8 let).

Rodiče se snaží sledování televize jednak včlenit do hierarchie volnočasových aktivit dítěte jako aktivitu zbytnou, a to tím, že ji podmiňují plněním povinností v rodině („*Já můžu koukat na televizi, ale musím mít nakrmený zvířata a uklizeno v domě*“, 7D1, 9 let, „*My si třeba přes den uklidíme, když prší, a pak si večer třeba pustíme tu pohádku, když máme všechny povinnosti splněny*“, 1D1, 10 let), resp. tím, že poukazují na zdravotní rizika spojená se sledováním televize („*Máma nechce, abysme se koukali na televizi, protože říkala, že to škodí očím*“, 8D1, 8 let, „*Máma říká, že abych nebyla tlustá, tak mám jít radši ven, si hrát se psem. Ale von mi stejně podrazí nohy*“, 6D1, 8 let).

Rodiče se také snaží korigovat typy sledovaných televizních pořadů a užívání dalších médií, a to především **omezeními** takových, které by mohly vyvolávat úzkost („*protože je to strašitelný*“, 6D1, 8 let, „*Já se nemůžu dívat na všechno, kde je hodně krve. Protože mně se pak dělá v noci blbě a nemůžu spát*“, 3H1, 9 let, „*Protože to téma vlastně je pro nás moc silný nebo bysme ho nemohly pochopit tak, jak oni to mysleli a mohlo by to mít i jiný následky*“, 16D1, 9 let, „*Taky že jsou tam nějaký scény, který nejsou pro dětský oči*“, 15H1, 10 let) nebo nabízet eroticky či intimně laděné obsahy, jež by mohly být pro děti nesrozumitelné („*Jo, na Prima Love ty pořady. Protože jsem na to ještě moc malá*“, 8D1, 8 let, o časopisech: [nesmím se dívat] „*na sprostý věci, třeba když jsou tam svlíknutý*“, 2D1, 9 let), popřípadě sloužit jako inspirace k násilnému jednání („*Já se nemůžu dívat na pořady, kde se třeba zabíjí, protože aby to pak bráchové nedělali*“, 1D1, 10 let). Děti v mladším školním věku v zásadě vnímají omezení a zákazy spojené se sledováním televize jako samozřejmost, popřípadě jako logicky uvalený trest („*když si špatně uklidím, tak mi zakážou televizi a všechnu elektroniku*“, 4H1, 10 let). Stejný soubor motivací k omezením se projevuje i u počítačových her („*Já taky nesmím hrát, kde se střelí nebo zabíjí*“, 1D1, 10 let).

Současně se rodiče snaží korigovat sledování televize **doporučeními** pořadů, které mají výchovnou nebo vzdělávací hodnotu („*Mně vlastně doporučili ty dokumenty, že se něco dozvím o zvířatech*“, 8D1, 8 let, „*Někdy mi táta řekne, abych se šel podívat, že se to zapíše do*

dějin, že se třeba dva cyklisti předbíhali před cílem“, 3H1, 9 let), popřípadě podporují u dětí zájmovou činnost (15H1, 10 let, jako začínajícího rybáře maminka pravidelně upozorňuje na pořad Jakub na rybách).

Vztah k užívání televize není běžně podporován tím, že by rodiče dětem svá rozhodnutí ohledně omezujících či doporučujících opatření vysvětlovali a že by o sledovaných pořadech s dětmi hovořili („*My u toho nemluvíme, protože táta chce slyšet, co ten pán povídá*“, 3H1, 9 let).

Omezující ani doporučující opatření rodičů se netýkají zpravodajství (ačkoli většina dětí vyjádřila obavy ze sledování zpravodajství z důvodu možnosti zhlédnutí násilných obsahů, jež v nich vyvolávají obavy – zmiňovány např. záběry z událostí v Libyi 2011).

### 5.2.2 Vnímání a výklad vybraných mediálních obsahů s důrazem na zpravodajství, reklamu a počítačové hry

Respondenti v kategorii mladší žáci vykazovali v zásadě zřetelně vlažný zájem o zprávy a spíše skeptický přístup k pravdivosti zpravodajství, zřejmě pod vlivem výroků, které nad novinami a u televizního zpravodajství („*Moji rodiče se nedívají na zprávy, protože nevěří, že to je tak důležité*“, 1D1, 10 let). Zájem o zprávy, který pozorují u dospělých, si vykládají spíše pragmaticky jako zájem o praktické, v běžném životě využitelné informace („*Rodiče zajímá, co se děje v okolí, aby se mohli připravit, když se děje něco, třeba potopa*“, 8D1, 8 let), popřípadě jako zdroj zábavy („*Ale nejvíc nás bavěj s rodičema dohromady VIP zprávy*“, 13H1, 8 let).

Pokud jde o důvěru v pravdivost zprávy, tištěná média jsou pro respondenty spíše nedůvěryhodná („*to není ničím podložený. Mohli si to vymyslet*“, 4H1, 10 let), větší důvěry požívá televize. Kredibilitu televizního zpravodajství odvozovali respondenti od přítomnosti obrazového sdělení („*Já tomu víc věřím, protože to tam vidím*“, 3H1, 9 let) a spojovali ji s možností přímého přenosu. I když náznaky povědomí o možnosti manipulace obrazem (nebo z rozhlasu autentickým zvukem) zazněly, neměly širší odezvu a nebyly kromě okrajové zmínky („*i když to pořad může bejt třeba někde jinde nebo tak*“, 3H1, 9 let, „*třeba pak ty jeho slova díky technice změníš a ty svý taky a pozměň to tak, aby to bylo zajímavější a lidi to víc bavilo*“, 13H1, 8 let) výrazněji tematizovány.

Pokud jde o vztah k reklamě, respondenti v kategorii mladší žáci reklamu rozeznávají a dobře si uvědomují komunikační cíl reklamy nejen obecně („*Protože třeba něco nemůžou vyprodat, nebo aby získali peníze...*“, 3H1, 9 let), ale i ve vztahu k sobě jako specifické cílové skupině („*tyhle časopisy si hodně kupujou děti a ... děti prostě, když něco vidí, tak to hodně chtějí, a můžou pak i přemluvit rodiče, aby jim to koupili*“, 4H1, 10 let). Kromě toho se shodují v tom, že podlehnutí reklamě přináší zklamání, protože očekávání probuzená reklamou se nenaplní, i když deklarování této zkušenosti je pravděpodobně spíše výsledkem nápodoby postojů rodičů

a identifikace s nimi („*my jsme to potom koupili a to nebyla pravda, byla to úplná lež*“, 6D1, 8 let).

Respondenti prokázali základní povědomí o označování počítačových her symboly informujícími o potenciálně rizikových aspektech obsahu („*Třeba že tam můžou bejt drogy a takový. Nebo třeba když tam bude pěst, tak že se tam budou mlátit, a takový*“, 4H1, 10 let).

### 5.2.3 Vzorce užívání „nových“ médií s důrazem na mobilní telefony a osobní počítače, včetně rodičovské kontroly dětského užívání nových médií

Výpovědi o užívání mobilních telefonů ve skupině mladších žáků svědčily o převážně pragmatickém přístupu k tomuto komunikačnímu prostředku a (nikoliv okázalému, ale samozřejmému) přehlížení jeho statusové role, která zřejmě ztrácí na síle s tím, jak se mobilní telefon stává běžnou a samozřejmou výbavou. Respondenti spojují mobilní telefony hlavně s interpersonální komunikací v rámci rodiny v okamžicích odloučení, s efektivnější komunikací s rodiči („*Třeba když rodiče se bojí, když už jsme moc dlouho venku, tak aby nám zavolali, ať už třeba jdeme*“, 6D1, 8 let) a možností nouzové komunikace v případě ohrožení („*Nebo kdyby se něco stalo, tak abych mohl někomu zavolat nebo takhle*“, 5H1, 8 let).

V užívání počítačů děti preferují on-line hry („onlajnovky“) s tím, že běžně samy pracují s falešnou identitou a poskytují o sobě smyšlené údaje. Vedle toho patří k běžné uživatelské praxi stahování filmů, a to se souhlasem rodičů a často legálně, např. z Ulozto.cz („*Mně rodiče vysvětlovali, že musím stahovat ty, který maj třeba víc hvězdiček*“, 12H1, 9 let).

Užívání osobních počítačů v domácnosti je vystaveno rodičovské kontrole, která je vysvětlována různě, například obavami z poškození přístroje („*Máma se bojí, že bych s tím něco prostě udělala a že bych to něčím zavirovala*“, 6D1, 8 let) nebo ekonomickými riziky („*Já vždycky když tam vyskočí, že jsme něco vyhráli, tak tam hned dám křížek nebo zavolám tátovi. Protože on říkal, že to buď zaviruje počítač, nebo když dáme „ok“, tak oni k nám přijdou a budeme platit, a když nezaplatíme, tak to budou brát jakože to...*“, 3H1, 9 let).

Rodičovská kontrola má převážně povahu uzavřené dohody, jen výjimečně je řešena na úrovni bezpečnostní softwaru („*Já se musím jenom zeptat, jinak to je v bezpečí, protože táta nám tam nainstaloval takovej program, kde se nemůžeme dostat na nějaký stránky /.../ táta to tam opravdu našteloval skvěle, že nemůžu se dostat na takový ty sprostý stránky.*“, 8D1, 8 let).

Mladší žáci rodičovskou kontrolu užívání počítačů vesměs akceptují jako nutnou a samozřejmou součást soužití v rodině a to, jak si ji vysvětlují, spíše posiluje pocit spoluodpovědnosti za bezpečí rodiny.

#### 5.2.4 Zkušenosti s hraničními jevy v užívání médií (probouzení úzkosti, zkušenost s narušováním soukromí v kyberprostoru) a míra racionality a sebekontroly v užívání médií, včetně mediální výchovy

Respondenti se nepřihlásili k prožité zkušenosti s narušením soukromí pomocí médií, zato velmi silně prožívají bezpečí vytvořené pravidly definovanými rodiči a oporu, kterou jim v užívání médií rodiče poskytují („Když se mi tam něco objeví, tak zavolám rychle tátu a on s tím něco udělá“, 8D1, 8 let). Jako riziko internetu (zřejmě často zdůrazňované rodiči) vnímají možnost zanášení virů.

### 5.3 STARŠÍ ŽÁCI A ŽÁKYNĚ (2)

#### 5.3.1 Vzorce užívání médií s důrazem na televizi a její roli v domácnosti, včetně rodičovské kontroly dětského užívání televize

Přítomnost většího počtu televizních přijímačů v domácnosti je v zásadě chápána jako standard, dohadování o volbě programu se děje spíše mezi sourozenci („Spíš se dohadujeme se sestrou, naši mají dole televizi, my další u sebe, tak se musíme podělit“, 7H2, 12 let), ale televize není chápána jako prestižní prostředek zaplnění volného času: mediálně uživatelské aktivity – včetně diváckých – se přesouvají na počítač („spíš ty komedie si stahuju, to je lepší“, 7H2, 12 let), popřípadě nejsou s diváctvím spojeny vůbec.

Přibývá kritického přístupu k tomu, co sledují rodiče („No že je to nudný, tak proto“, 7H2, 12 let, „Třeba Pošta pro tebe“, 2H2, 13 let) a nezájem o společné sledování televize s rodiči („Taky když se rodiče dívají a já se na to nechci dívat, tak jdu někam jinam, na počítač nebo tak“, 4H2, 12 let).

Přesto si respondenti uvědomují přítomnost rodičovské kontroly. Ta je v rovině **omezení** zaměřena na disciplinaci v oblasti plnění „pracovních“ povinností dětí („ale nejdřív musím mít úkoly“, 7H2, 12 let), popřípadě na některé obsahy, zřejmě rodiči chápané jako škodlivé – to se týká hlavně erotických obsahů („No tak třeba nahý ženský“, 2H2 13 let, o erotických časopisech a jejich zákazu: „Protože tam jsou věci, který bysme neměli ještě vědět“, 5D2, 12 let). Přibývá ale oproti mladším žákům volnosti ve volbě („Mě už posuzují tak, že už mám větší rozum, tak že to musím vědět sám, na co se můžu dívat, a na co ne“, 7H2, 12 let). V rovině **doporučení** zdůrazňuje rodičovská kontrola vzdělávací potenciál televize („Na nějaký dokumenty třeba. Něco o památkách“, 5D2, 12 let, „No, třeba o přírodě“, 2H2, 13 let).

### 5.3.2 Vnímání a výklad vybraných mediálních obsahů s důrazem na zpravodajství, reklamu a počítačové hry

Názory na zpravodajství, reklamu a další mediované obsahy respondenti spíše přebírají jako odposlechnuté od rodičů (na otázku „Co říkají rodiče o novinách a novinářích?“: „*Jsou otravný*“, 2H2, 13 let, „*Že si máme dávat pozor, abysme jim nedávali moc té důvěry*“, 7H2, 12 let, podobně jsou přebírané soudy: „*Tak třeba jak dávají Comeback, tak že to je stupidita*“, „*Že jsou hrozně dlouhý ty reklamy*“, oba 2H2, 13 let, ).

Respondenti jsou schopni popsat formální a některé obsahové rozdíly mezi bulvárním a nebulvárním listem (na příkladu Blesku a Hospodářských novin: „*tam jsou v Blesku spíš samý ze života celebrit*“, 2H2, 13 let), ale relevanci a věrohodnost novinových zpráv určit nedokáží a jejich zpravodajství příliš pozornosti nevěnují. Naproti tomu rozdíly v naladění televizního zpravodajství vnímají vcelku citlivě a se zřejmou diváckou zkušeností („*Třeba když se rodiče dívají na Jedničku, tak se moc nekoukám, protože tam jsou spíš jako ministerstva... a na Nově jsou spíš, že někde hořelo...*“ 5D2, 12 let, „*Na Jedničce jsou samý takový důležitý, jako o ministrech a tak. A na Nově jsou právě spíš jak se v ZOO narodilo zvíře, zajímavější věci*“, 2H2, 13 let).

Vztah k reklamě je okázale a deklaratorně odmítavý („*Ted' už jsme vyrostli, tak už nás to nebaví*“, 7H2 let). přítomnost reklamy je uvědomovaná a prožívaná, včetně product placement (o filmu Rafíáci: „*Třeba jak tam dává těm holkám ten Sprite*“, 2H2, 13 let).

### 5.3.3 Vzorce užívání „nových“ médií s důrazem na mobilní telefony a osobní počítače, včetně rodičovské kontroly dětského užívání nových médií

Mobilní telefon je samozřejmá a neodmyslitelná součást osobní výbavy, slouží především k telefonování, posílání sms a poslechu hudby, případně k fotografování. Rodičovská kontrola je spíše ekonomická (běžný je telefon s předplaceným kreditem, u něhož dítě ví, že „*když máme kredit, tak když ho rychle vyčerpáme, tak si ho pak třeba musíme koupit sami, protože ho máme třeba na měsíc*“, 4H2, 12 let). Hodnota mobilního telefonu není společensky prestižní, ale pragmatická („*Třeba když mi ujede autobus, tak musím zavolat domů, ať si pro mě přijedou – nebo když jsem na fotbale*“, 4H2, 12 let).

Vlastní počítač je staršími žáky chápán jako samozřejmost, v domácnosti je zřejmě běžně více počítačů, v závislosti na počtu členů rodiny. Počítač je spontánně chápán především jako platforma pro hraní her, a to s důrazem na on-line hry, jejichž významnou kvalitou je kontakt s vrstevníky („*jsou lepší ty online hry, co si můžete stáhnout a můžete se bavit s kámošema z vesnice a přesto hrát a je to takový zábavnější*“, 7H2, 12 let).

Dovednosti spojené s užíváním počítačů mají zřetelně uživatelský charakter (email, profil na facebooku, stahování hudby a filmů), složitější úkony nejsou v běžné výbavě (umístění videa na YouTube, vypálení filmu na dvd).

Rodičovská kontrola v této věkové skupině se projevuje spíše v regulaci užívání počítače než televize, a včetně odepření přístupu k počítači jako výchovného prostředku. Jinak je regulace užívání počítače zdůvodňována zdravotně („*Že si kazíme oči*“, 6D2, 12 let, „*Mně taky máma řekne, že nejsem vůbec venku, tak musím nejdřív ven ... a pak až můžu na počítač*“, 5D2, 12 let.) a tím, že preferenci mají povinnosti před zábavou („*ted' když je na podzim listí, tak ho musíme hrabat, to je každý den, nebo musím v baráku uklízet... a potom, když mám všechno udělaný, tak můžu na počítač*“, 7H2, 12 let).

V praxi je rodičovská kontrola zřejmě oslabována chabými dovednostmi rodičů a relativně vyšší počítačovou gramotností respondentů („*Já mám zaheslované účet, tak se tam nedostanou*“, 2H2, 13 let). To se naopak někdy projevuje vyšší mezigenerační „počítačovou solidaritou“ („*máma s tím moc neumí, tak jí musím pomáhat*“, 7H2, 12 let). Většina respondentů vnímá své uživatelské schopnosti nakládání s počítačem na vyšší úrovni, než je úroveň jakou disponují rodiče.

#### 5.3.4 *Zkušenosti s hraničními jevy v užívání médií (probouzení úzkosti, zkušenost s narušováním soukromí v kyberprostoru) a míra racionality a sebekontroly v užívání médií, včetně mediální výchovy*

V této věkové skupině je přiznaná úzkost spíše řídkým jevem, přesto se vyskytla zmínka o zhlédnutí „strašidelného“ výjevu, a to v souvislosti se zpravodajstvím („*jak stáhli tu kočku zaživa z kůže...*“, 2H2, 13 let).

Naproti tomu se ale vcelku jako běžná praxe projevuje stahování filmů, a to i přesto, že respondenti si uvědomují, že se jedná o nesprávné jednání.

## PŘÍLOHY

### 5.4 MODEROVACÍ SCÉNÁŘ

(P= děti v předškolním věku, 1= mladší školní věk, 2= starší školní věk)

#### ÚVOD

představení  
pravidla vedení hovoru

#### ÚVODNÍ ROZHOVOR

Co se vám v poslední době líbilo nebo nelíbilo v TV?  
(co znáte z televize, co vás bavilo, když jste se dívali, ...)  
(doptávání na konkrétní pořad: P – večerníček, 1 a 2 Česko Slovensko má talent...)

#### **OKRUH 1 – vztah k televizi – role televize v rodině – dominance televize – přístup k televizi**

##### **Přístup k televizi**

Díváte se na televizi. Proč? Kdy? Co tam sledujete?  
Díváte se na to, co v televizi běží, nebo se radši díváte na DVD/video?  
(jen 1 a 2) Sledujete televizi na internetu? Proč? Jaké to má výhody/nevýhody?  
(jen P) Umíte si pustit televizi sami?  
Smíte si pouštět televizi kdykoli se vám zachce? Když ne – proč?  
Kdo doma rozhoduje o tom, na co se budete v televizi dívat?  
Domluvíte se s rodiči/se sourozenci?

##### **Rodiče jako diváci**

A co rodiče? Dívají se na TV často? Jste rádi, že se dívají? Proč?  
Co děláte, když se rodiče dívají na TV?  
Na co se rodiče dívají? Dívají se na něco jiného, než vy?  
Vadí vám něco, na co rodiče dívají?  
Jsou nějaké pořady, na které se rodiče dívají a vy nesmíte?

##### **Rodičovská kontrola**

Když se díváte na televizi, co na to říkají rodiče? Vadí jim, když se díváte dlouho/často?  
Vadí jim, když se díváte na některé pořady? Na jaké? Proč jim to asi vadí?  
Zakazují vám televizi? Jak takový zákaz vypadá? Proč to dělají? Je to trest?  
Vadí vám, když vám rodiče televizi zakazují?  
Doporučují rodiče něco v televizi? Co? Proč?  
Stalo se vám, že jste se na něco museli dívat?  
Díváte se někdy s rodiči společně? A bavíte se o tom, co vidíte?



**OKRUH 2** – mediální obsahy a jejich vnímání**Rodiče a média**

Co říkají rodiče o televizi/novinách?

Baví se o tom, co tam vidí a čtou? Slyšeli jste je někdy nadávat?

Myslíte, že měli pravdu?

**Zpravodajství**

**UKÁZKA:** dvoje noviny HN a Blesk

Mám tu pro vás dvoje noviny, může mi někdo říct, v čem se liší?

Dívají se rodiče na televizní zprávy? Proč? Co tam vidí? Proč je to důležité?

Díváte se na zprávy také? S rodiči?

Občas se říká, že co je v televizi či v novinách, to je pravda. Co si o tom myslíte?

**Reklama**

**UKÁZKA:**

P: časopis Sluníčko – poznat reklamu

1: časopis Bravo – poznat reklamu

2: ukázka z filmu Rařáci – poznat reklamu

K čemu je reklama dobrá? Věříte tomu, co v reklamě vidíte?

**Tištěná média**

Čtete nějaké časopisy? Jaké? Čtou je s vámi rodiče?

Čtete noviny?

Čtete nějaké časopisy tajně, aby o tom nevěděli rodiče? Vadí rodičům některé časopisy?

Co čtou rodiče? Smíte to číst taky?

*(Mají rodiče doma nějaké časopisy, které vám nechtějí ukazovat? Proč?*

*Láká vás do nich nahlédnout? Děláte to?)*

**Počítačové hry**

Hráli jste někdy počítačovou hru? Co vás na tom baví?

Co na to říkají rodiče? Co se rodičům na hrách, které hrajete, líbí – nelíbí?

Hrají rodiče s vámi?

Podle čeho si hru vybíráte?

(jen 1 a 2)

**Ukázka:** obal počítačové hry

Na obálce her bývají takovéhle obrázky, víte k čemu slouží?

Rozhodujete se při výběru hry podle toho, co je tam namalováno?

**Filmy (3 min)**

Mají vaši rodiče přehled, a jaké filmy se díváte?

Smíte se dívat na filmy pro dospělé? Jaké filmy to jsou? Porušili jste někdy zákaz rodičů a podívali se tajně na film, který vám zakázali?

(jen 2 a 3) Někteří lidé stahují filmy z internetu – je to správné? Smí se to, nebo ne?

Umíte to? Umějí to vaši rodiče?

**OKRUH 3 – nová média v rodině a jejich vnímání, rizika, výhody, představy**

**Mobilní telefon – význam – rodičovská kontrola**

Máte mobilní telefon?

(pokud ne) Vy, kteří ho nemáte, chtěli byste ho? Proč?

K čemu je mobil dobrý? (Co pro vás znamená?)

Kontrolují rodiče, komu voláte?

Kontrolují vás rodiče mobilem?

(kdo má telefon) umíte si představit svůj život bez telefonu?

**Počítač, internet**

Máte doma počítač?

Kdo nemá: Chtěli byste ho? Proč?

Kdo má: K čemu a komu slouží? Co na něm dělají rodiče?

Co na něm děláte vy?

Smíte ho sami používat?

Vědí rodiče, co na něm děláte? Zajímají se o to? Proč?

Jen P a 1 umíte počítač sami pustit? Je něco, co se na počítači nesmí?

(jen P a 1) umíte se sami připojit na internet?

(jen P a 1) Proč dospělí používají počítač? Co dělají na internetu?

(jen 1 a 2 – 1 pokud ANO) Smíte se sami připojit na internet? Co děláte nejčastěji na internetu?

Zakazují vám někdy rodiče počítač?

(jen 1 a 2) Smíte chodit na všechny webové stránky? Používají vaši rodiče jakou ochranu – blokování stránek, které jsou pro vás nevhodné? Umíte tuto ochranu obejít? Děláte to?

Umí vaši rodiče pracovat s počítačem? Učí to oni vás nebo vy je?

Existují na internetu nějaké věci, které jsou nebezpečné? Jaké a v čem jsou nebezpečné?

Představte si, že otevíráte webovou stránku a objeví se varování, že je vstup povolen pouze starším 18 let – odkliknete ano? Proč ano, proč ne?

Občas se stává, že některé internetové stránky po vás chtějí, abyste se registrovali – zapsali své jméno, adresu atd. Uděláte to? Proč ano, proč ne?

**Záložní okruh:**

**OKRUH 4 – uvědomění si role médií (rizika a využití)**

Báli jste se někdy něčeho, co jste viděli v televizi? Viděli v novinách, časopise? Na internetu?

Snažíte se někdy chovat tak, jak se chovají televizní hrdinové. Chtěli byste vypadat, jako vypadají slavní lidé, které znáte z médií?

Stalo se vám někdy, že vás obtěžoval někdo přes internet?

Bavíte se o médiích ve škole?

## 5.5 INFORMOVANÝ SOUHLAS RODIČŮ



### INFORMOVANÝ SOUHLAS – INFORMACE O ÚČASTI V PROJEKTU

#### CÍL VÝZKUMU

Cílem výzkumného šetření **Stav mediální gramotnosti v ČR**, je zmapovat, jakou roli hrají média v životech dětí. Výsledky výzkumu by měly naznačit, jak děti médiím rozumí, jak často a za jakým účelem je využívají, jak se vztahují k „novým médiím“, zda jsou si vědomy, jaká rizika s užíváním médií souvisejí, a naopak, jak mohou média aktivně využívat.

V první fázi šetření (realizováno v květnu 2011) byla zjišťována mediální gramotnost celé populace ČR (starší 15 let) – výsledky výzkumu jsou k dispozici na [www.rrtv.cz](http://www.rrtv.cz). Druhá část šetření se soustředí na populaci mladší 15 let.

#### KDO VÝZKUM REALIZUJE

Výzkum realizuje na zadání Rady pro rozhlasové a televizní vysílání (RRTV) Centrum pro mediální studia Fakulty sociálních věd Univerzity Karlovy v Praze (CEMES UK FSV). Centrum je zaměřeno na výzkumnou činnost v oblasti médií, dlouhodobě se zabývá i aktivitami podporující mediální výchovu a rozvoj mediální gramotnosti.

Na výzkumu pracuje tým ve složení: Prof. PhDr. Jan Jiráček, Ph.D., PhDr. Jan Cebe, PhDr. Tomáš Trampota, Ph.D., Mgr. Radim Wolák

(více informací o CEMES UK FSV i o jednotlivých členech týmu na [www.fsv.cuni.cz](http://www.fsv.cuni.cz) či <http://cemes.fsv.cuni.cz> )

Za koordinaci výzkumného šetření zodpovídá (a případné dotazy rád zodpoví)

Mgr. Radim Wolák, katedra mediálních studií UK FSV, Centrum pro mediální studia CEMES Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Smetanovo nábřeží 6, 110 00 Praha 1, tel.: (+420) 222 112 231, mob.: (+420) 737 132 180, [wolak@fsv.cuni.cz](mailto:wolak@fsv.cuni.cz)

#### POPIS VÝZKUMU

V rámci šetření se uskuteční řízené rozhovory se šesti osmičlennými skupinami dětí v ČR (dvě skupiny předškoláci, dvě skupiny první stupeň ZŠ, dvě skupiny druhý stupeň ZŠ). Výzkum bude anonymní a bude probíhat v souladu s etickými i právními zásadami spojenými s realizací výzkumných šetření.

Ze získaných dat bude zpracována výsledná zpráva, která bude k předána RRTV.

#### JAK BUDE VÝZKUM PROBÍHAT

V daný den a v určenou hodinu se zúčastněné děti sejdou ve vybrané učebně ve škole (školce), kde proběhne kolektivní cca 45 minutový rozhovor. V místnosti bude kromě dětí:

vyškolená moderátorka, technik, koordinátor výzkumu a zástupce školy z řad pedagogů či výchovných poradců (určený vedením školy).

V neformálně vedeném (ale přesně strukturovaném) skupinovém rozhovoru se dotkneme zejména následujících témat:

*Role televize a dalších médií v našich životech, komunikace o médiích mezi vrstevníky a v rodině, důvody trávení času s médii, chápání mediálních obsahů, vnímání rizik spojených s užíváním médií, představy o využitelnosti médií, představy o fungování médií.*

Otázky budou přizpůsobeny dané věkové skupině. Cílem je získat spontánní vyjádření dětí. Rozhovor by pro ně měl být zábavný a příjemný. Děti nemusejí odpovídat na otázky, na které odpovídat nechtějí či na ně neznají odpověď, s tímto právem budou předem seznámeny.

Rozhovor bude zvukově zaznamenáván a zároveň bude natáčen videokamerou. Oba záznamy budou použity výhradně pro potřeby zpracování výzkumu, budou striktně neveřejné.

### **OCHRANA OSOBNÍCH ÚDAJŮ**

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.

Velmi Vám děkujeme za zájem to tuto problematiku a za projevenou důvěru.

Za řešitelský tým

Mgr. Radim Wolák  
koordinátor výzkumu  
CEMES FSV UK (737 132 180)

---

### **POTVRZENÍ INFORMOVANÉHO SOUHLASU RODIČE/ZÁKONNÉHO ZÁSTUPCE**

Potvrzuji, že jsem se seznámil/a s podmínkami, za nichž se projekt uskutečňuje, a souhlasím s účastí své dcery/svého syna ve výzkumném šetření Stav mediální gramotnosti v ČR.

.....  
(jméno, příjmení, třída, věk)

Jméno a příjmení (rodiče/zákonného zástupce):

.....

Datum: .....

.....

podpis