

Univerzita Hradec Králové

Pedagogická fakulta

BAKALÁŘSKÁ PRÁCE

2021

Pavína Pošvářová

Univerzita Hradec Králové

Pedagogická fakulta

Ústav sociálních studií

**Postoje rodičů ke sledování YouTube videí dětmi
v předškolním věku**

Bakalářská práce

Autor: Pavlína Pošvářová
Studijní program: Specializace v pedagogice
Studijní obor: Sociální pedagogika se zaměřením na výchovnou práci
v etopedických zařízeních
Vedoucí práce: Mgr. Leona Stašová, Ph.D.
Oponent práce: Mgr. Alena Knotková



Zadání bakalářské práce

Autor:	Pavlína Pošvářová
Studium:	P18P0829
Studijní program:	B7507 Specializace v pedagogice
Studijní obor:	Sociální pedagogika se zaměřením na výchovnou práci v etopedických zařízeních
Název bakalářské práce:	Postoje rodičů ke sledování YouTube videí dětmi v předškolním věku
Název bakalářské práce AJ:	Parents' attitudes to watching YouTube videos by preschool children

Cíl, metody, literatura, předpoklady:

Bakalářská práce se zaměřuje na problematiku YouTube u dětí v předškolním věku. Cílem práce je analyzovat postoje rodičů ke sledování YouTube videí dětmi předškolního věku. Úvodní část práce seznamuje s funkcemi a znaky současné rodiny, typy dysfunkčních rodin, rodičovskými postoji a mediální výchovou v rodině. Následující kapitola se týká médií, funkcí médií, sledování YouTube videí v prostředí internetu a reklamy. Další část bakalářské práce se zabývá vývojem dítěte v předškolním věku, jeho socializací, vlivem, dopadem a účinkem médií na dítě. Kvantitativní výzkumné šetření je zaměřeno na otázky postojů rodičů v dnešní době ke sledování videí na YouTube dětmi v předškolním věku. Výzkum byl realizován prostřednictvím dotazníku, který byl distribuován rodičům dětí předškolního věku.

VACEK, Pavel, BENEŠOVÁ, Dominika, BLAHYNKOVÁ, Nikola, BŘÍZOVÁ, Helena a SITO VÁ, Lucie. *Youtuberství a žáci základní školy*. Hradec Králové: Gaudeamus, 2018. ISBN 978-80-7435-719-0.

POSPÍŠIL, Jan a ZÁVODNÁ, Lucie Sára. *Mediální výchova*. Kralice na Hané: Computer Media, 2009. ISBN 978-80-7402-022-3.

Garantující pracoviště: **Katedra sociální pedagogiky,
Pedagogická fakulta**

Vedoucí práce: **Mgr. Leona Stašová, Ph.D.**

Oponent: **Mgr. Alena Knotková**

Datum zadání závěrečné práce: **1.2.2020**

Prohlášení

Prohlašuji, že jsem bakalářskou práci vypracovala pod vedením vedoucího práce samostatně a uvedla jsem všechny použité prameny a literaturu.

Dále prohlašuji, že bakalářská práce je uložena v souladu s rektorským výnosem č. 13/2017 (Řád pro nakládání s bakalářskými, diplomovými, rigorózními, dizertačními a habilitačními pracemi na UHK).

V Hradci Králové, dne 7. 4. 2021

.....
Pavlína Pošvářová

Poděkování

Děkuji Mgr. Leoně Stašové, Ph.D. za odborné vedení práce, poskytování cenných rad a připomínek při zpracovávání bakalářské práce.

Děkuji také rodině za podporu po celou dobu mého studia.

Anotace

POŠVÁŘOVÁ, Pavlína. *Postoje rodičů ke sledování YouTube videí dětmi v předškolním věku*. Hradec Králové: Pedagogická fakulta Univerzity Hradec Králové, 2021. 60 s. Bakalářská práce.

Bakalářská práce se zaměřuje na problematiku YouTube u dětí v předškolním věku. Cílem práce je analyzovat postoje rodičů ke sledování YouTube videí dětmi předškolního věku. Úvodní část práce seznamuje s funkcemi a znaky současné rodiny, typy dysfunkčních rodin, rodičovskými postoji a mediální výchovou v rodině. Následující kapitola se týká médií, funkcí médií, sledování YouTube videí v prostředí internetu a reklamy. Další část bakalářské práce se zabývá vývojem dítěte v předškolním věku, jeho socializací, vlivem, dopadem a účinkem médií na dítě.

Kvantitativní výzkumné šetření je zaměřeno na otázky postojů rodičů v dnešní době vůči sledování videí na YouTube dětmi v předškolním věku. Výzkum byl realizován prostřednictvím dotazníku, který byl distribuován rodičům dětí předškolního věku.

Klíčová slova: média, YouTube, dítě v předškolním věku, rodina, rodičovské postoje, mediální výchova

Annotation

POŠVÁŘOVÁ, Pavlína. Parents' attitudes to watching YouTube videos by preschool children. Hradec Králové: Faculty of Education, University of Hradec Králové, 2021. 60 pp. Bachelor's Thesis.

The bachelor's thesis focuses on the issue of YouTube in preschool children. The aim of this work is to analyze the attitudes of parents to watching YouTube videos by preschool children. The introductory part of the work introduces the functions and features of the contemporary family, types of dysfunctional families, parental attitudes and media education in the family. The next chapter covers media, media functions, watching YouTube videos on the Internet, and advertising. The next part of the bachelor thesis deals with the development of a child in preschool age, its socialization, the influence, impact and impact of the media on the child.

Quantitative research is focused on the issues of parents' attitudes towards watching videos on YouTube by preschool children today. The research was carried out through a questionnaire, which was distributed to parents of preschool children.

Keywords: media, YouTube, preschool children, family, parental attitudes, media education

OBSAH

ÚVOD.....	8
1 MEDIÁLNÍ SITUACE V RODINĚ.....	9
1.1 FUNKCE RODINY	9
1.2 SOUČASNÁ RODINA A JEJÍ ZNAKY	10
1.3 TYPY DYSFUNKČNÍCH RODIN.....	12
1.4 RODIČOVSKÉ POSTOJE.....	14
1.5 MEDIÁLNÍ VÝCHOVA V RODINĚ.....	15
2 VARIABILITA SOUČASNÝCH MÉDIÍ.....	17
2.1 POJEM MÉDIA.....	17
2.2 FUNKCE MASOVÉ KOMUNIKACE	17
2.3 SLEDOVÁNÍ YOUTUBE VIDEÍ V PROSTŘEDÍ INTERNETU.....	19
2.3.1 SLEDOVÁNÍ YOUTUBE PROSTŘEDNICTVÍM TELEVIZE	22
2.3.2 REKLAMA	23
3 PŘEDŠKOLÁK VE SVĚTĚ MÉDIÍ.....	24
3.1 PŘEDŠKOLNÍ OBDOBÍ	24
3.2 VÝVOJ DÍTĚTE V PŘEDŠKOLNÍM VĚKU.....	25
3.3 SOCIALIZACE DÍTĚTE V PŘEDŠKOLNÍM VĚKU.....	27
3.4 DOPAD, ÚČINEK A VLIV MÉDIÍ	27
4 EMPIRICKÁ ČÁST.....	30
4.1 CÍL VÝZKUMU A STANOVENÍ HYPOTÉZ.....	30
4.2 METODA VÝZKUMNÉHO ŠETŘENÍ	31
4.3 VÝBĚR VÝZKUMNÉHO VZORKU.....	31
4.4 VÝSLEDKY DOTAZNÍKOVÉHO ŠETŘENÍ	32
4.5 ANALÝZA VÝZKUMU.....	47
ZÁVĚR	50
KNIŽNÍ ZDROJE	51
ELEKTRONICKÉ ZDROJE.....	53
SEZNAM GRAFŮ A TABULEK.....	54
PŘÍLOHY	56

ÚVOD

Média jsou v dnešní době neodlučitelnou součástí našeho života. Mnozí z nás si bez nich jen stěží dovedou představit existenci. Ve společnosti jsou stále více diskutovaným tématem. Vlivem médií se změnil život mnohým jedincům, zasahují do mnoha oblastí společnosti, a proto je velice důležité umět regulovat informace vysílané prostřednictvím médií. Člověka média formují a utvářejí celý život, tudíž je problematiku mediální výchovy vhodné zahrnout jak do školního, tak i do rodinného prostředí.

Tématice médií se věnuje řada autorů, např.: Jiráček, Köppllová (2009), Schellmann, Gaida, Gläser, Kegel (2004) a Kraus (2001). Problematice YouTube Pavlíček (2012) a Vacek (2018). Tématům z oblasti rodiny Kot'á, Trpišovská, Vacínová (2013), Michalová (2012) nebo Matějček (2007).

Cílem bakalářské práce je analyzovat postoje rodičů vůči sledování YouTube videí dětmi v předškolním věku. V dnešní době, kdy je Česká republika i další země vlivem pandemie poznamenána i v oblasti školství a volného času, je pro rodiče mnohdy náročné vymyslet vhodný program pro jejich děti. Mnozí rodiče kvůli nedostatku času na práci v domácnosti či kariéru umožní dětem sledování videí na YouTube.

Teoretická část je rozdělena do třech kapitol. První kapitola se zabývá rodinou, rodičovskými postoji a mediální výchovou v rodině. Zmiňuje funkce rodiny, typy dysfunkčních rodin a znaky současné rodiny. Druhá kapitola zkoumá média, jejich funkce a fenomén YouTube. Popisuje prostředí YouTube, jeho možnosti a dále reklamu, ke které může mít i dítě v předškolním věku přístup. Poslední kapitola teoretické části vymezuje předškolní období. Uveden je zde vývoj dítěte v předškolním věku, socializace v tomto období a následně dopad, účinek a vliv médií na dítě.

Empirická část je kapitolou čtvrtou. Postoje rodičů vůči sledování YouTube budou zjištěny pomocí kvantitativního výzkumu, který obsahuje dotazníkové šetření. Následně budou vyvráceny či potvrzeny hypotézy kladené pro tento výzkum.

Práce navazuje na obor sociální pedagogika se zaměřením na výchovnou práci v etopedických zařízeních. Výsledky bakalářské práce mohou být přínosné a zajímavé pro řadu odborníků, kteří se věnují práci s dětmi.

1 MEDIÁLNÍ SITUACE V RODINĚ

Rodinu můžeme definovat jako základní společenskou jednotku. Rodinu, do které se narodíme, lze považovat za primární sociální skupinu. Rodina je tvořena rodiči, dětmi a někdy prarodiči. Členové mají mezi sebou vztahy a mělo by docházet ke vzájemné pomoci, solidaritě a toleranci. Po 2. světové válce docházelo k utváření tzv. nukleární rodiny, což dle sociologa Parsonse znamená, že si mladí manželé založí novou domácnost, kterou poté sdílejí s jejich potomky až do jejich dospělosti. Vzhledem k zakládání nukleárních rodin dochází k rozpadu vícegeneračních rodin, které byly typické až do počátku dvacátého století. (Kot'a, Trpišovská, Vacínová, 2013)

Rodinu lze chápat jako: „malou primární společenskou skupinu, založenou na svazku muže a ženy, na pokrevním vztahu rodičů a dětí či vztahu jej substituujícím (osvojení), na společné domácnosti, jejíž členové plní společensky určené a uznané role vyplývající ze soužití, a na souhrou funkcí, jež podmiňují existenci tohoto společenství a dávají mu vlastní význam ve vztahu k jedincům i k celé společnosti.“ (Dunovský, 1999, s. 91–92)

Dítě od narození získává základní zkušenosti ve styku s lidmi v prostředí rodiny. Rodina je pro dítě zdrojem uspokojování potřeb a bez péče rodiny by se dítě nemohlo vyvíjet. Vliv rodiny je na psychiku dítěte velice silný. Rodina může vývoj dítěte dobře stimulovat nebo naopak zanedbat. (Čáp, 1993)

V dnešní době je velice důležité, aby rodiče uměli regulovat média v rodinách. Měli by děti naučit média využívat, ale zároveň je nepřehltnit různými typy technologií.

1.1 Funkce rodiny

Funkce rodiny jsou v každé literatuře popisovány s určitou mírou odlišnosti, pro oblast mediální výchovy je velice podstatnou funkcí – funkce výchovná.

Rodina má mnoho funkcí a v odborné literatuře se různí autoři v názvosloví jednotlivých funkcí liší. Na základě dostupné literatury lze uvést funkci biologicko-reprodukční, sociálně-ekonomickou, ochrannou, socializačně-výchovnou a emocionální.

Funkce biologicko-reprodukční má význam jak pro jedince, tak i pro celou společnost. Tato funkce je důležitá pro zdárný rozvoj země a pokračování lidského rodu. V dnešní době je dítě často vnímáno jako překážka v budování kariéry. V posledních letech dochází k úbytku dětí. Mnoho rodičů plánuje žít život bez dětí či s jedním dítětem.

Sociálně-ekonomická funkce je důležitá pro rozvoj ekonomického systému celé společnosti. Členové rodiny jsou součástí výrobní i nevýrobní sféry v rámci výkonu daného povolání. Rodina se současně stává i spotřebitelem, na němž je závislý trh. Cílem této funkce je hmotné zabezpečení celé rodiny.

Ochranná funkce spočívá v zajišťování potřeb nezbytných pro život všech členů rodiny. Jde především o hygienické, biologické a zdravotní potřeby. Pacient má vyšší finanční spoluúčast na preventivních prohlídkách, očkování a zdravotní péči. Pacienti jsou více propouštěni do domácí péče a očekává se zde péče rodiny.

Rodina je pro dítě první sociální skupinou, která ho učí osvojení základních návyků a způsoby chování ve společnosti. Tuto úlohu má **socializačně-výchovná funkce** rodiny. Dítě by mělo být připraveno do praktického života a v dnešní době je velice důležitá mediální výchova jedince. Odpovědnost za výchovu často rodina přesouvá na školu s představami, že přístup učitelů napraví chyby, kterých se rodiče ve výchově dopouští. Rodiče mohou využívat různé výchovné styly – od velice liberálního (rodiče dítěti vše dovolí), přes hýčkájící (rozmazlování dítěte), perfekcionista (usměrnění dítěte do všech detailů), hypochondrizující (nepřiměřené obavy rodičů o dítě) až po autoritativní styl (dítě musí plnit velmi přísné příkazy). (Kraus, 2008)

Rodina musí dítě naučit mediální gramotnosti, dítě by se mělo umět dobře orientovat v oblasti médií.

Emocionální funkce rodiny je velice zásadní. Rodina by měla dokázat vytvořit dítěti potřebné citové zázemí, pocit lásky, jistoty a bezpečí. V dnešní době tuto funkci neplní každá rodina, tak jak by měla, důsledkem časové vytíženosti, rozvodů či dezintegrace. Vlivem toho narůstá týraných a citově deprivovaných dětí.

Rodina je také institucí, která by neměla vynechat zábavu, relaxaci a rekreaci. Pro dítě je zábava důležitá, rodiče by měli vymýšlet vhodné aktivity a trávit čas s dítětem pohromadě. (Kraus, 2008)

1.2 Současná rodina a její znaky

Současnou rodinu můžeme charakterizovat několika znaky, které odlišují výchovné působení rodičů na děti. Mezi znaky řadíme intimizaci rodiny; prostor pro rozvoj rodiny; ztrátu hodnot nadindividuálních norem a posledním znakem je neúplná rodina. **Intimizace rodiny** – zde se jedná o to, že problém, který vznikl v rodině je věcí rodiny a nikdo nemá právo do něho zasahovat. **Prostor pro rozvoj rodiny** – každý člen

rodiny by měl mít dostatek prostoru pro jeho osobní rozvoj. **Nadindividuální normy ztrácející hodnotu** – v dřívější době bylo běžné sebeobětování ve prospěch rodiny, v současnosti se objevuje pouze ve spojitosti dítěte se školou, kdy se rodiče mnohdy snaží udělat cokoliv, aby jejich dítě mohlo studovat prestižní obor či nějakou výběrovou školu. **Neúplnost rodin** – v dnešní době se uvádí, že pouze 1/3 rodin je rodina úplná. Zbylé 2/3 tvoří lidé, kteří žijí sami nebo s dítětem bez partnera. (Michalová, 2012)

Trendem současné rodiny je tendence odkládání sňatků a narození dítěte na co nejpozdější dobu. Zaznamenáváme vyšší rozvodovost, s čímž je spojený pokles ochoty lidí po rozvodu vstupovat do nového manželství a následného početí dítěte. Dochází k omezení počtu dětí v rodině nebo k nepočetí dítěte. Děti se stávají závislými na rodičích, doba, po kterou žijí u svých rodičů se zvyšuje.

(Koťa, Trpišovská, Vacínová, 2013)

Současnou rodinu můžeme rozdělovat do několika typů:

Součástí **úplné rodiny** jsou děti a oba rodiče, jedná se o tzv. nukleární rodinu či pouze dvougenerační. V rodině jsou jasné funkce dětem i rodičům.

Rozšířená rodina se skládá z nukleární rodiny včetně širšího okruhu příbuzných, kam patří prarodiče či rodiny sourozenců.

V **neúplné rodině** chybí jeden z rodičů. Větší problém z hlediska vývoje dítěte nastává tehdy, kdy chybí v rodině matka. Pokud chybí v rodině otec, může to vést u dítěte k poruchám chování či abnormálnímu vývoji osobnosti. Otec dává dítěti vzor síly, autority a disciplíny. Je důležité, aby byla tato funkce v případě chybějícího otce v rodině, zastoupena např. strýcem, učitelem či dědečkem.

Orientační rodina je rodina, do které se jedinec narodí a z níž následně vychází do dalšího života.

Funkční rodina umožňuje svým členům rozvoj a uspokojování jejich potřeb, plní funkce rodiny vzhledem k době, ve které rodina žije.

Dysfunkční rodina je rodina, která nedokáže plnit některou z funkcí rodiny, ale funguje jako sociální skupina. Dysfunkčnost rodiny je způsobena narušeným vztahem mezi rodiči či vztahem mezi dětmi a rodiči.

Afunkční rodina ztratila svůj význam, nedokáže plnit své funkce. Dítě může být ohroženo. (Koťa, Trpišovská, Vacínová, 2013)

V dnešní době dochází k proměně očekávání trvalosti vztahu. Vzniká tak manželství na zkoušku, kdy si jedinec nechává určitý prostor pro změnu. Dochází k menší stabilitě rodiny a vyšší rozvodovosti. Následkem rozvodu je vznik neúplné rodiny. V neúplných rodinách žije v České republice přibližně 1,5 milionu osob. Dalším typickým znakem současné rodiny je odklad manželství do pozdějšího věku a zároveň odsouvání rodičovství. V důsledku těchto rozhodnutí může dojít k poklesu porodnosti. Akceptace dvoukariérové rodiny je v současnosti také trendem. Rodiče nechávají výchovu svého dítěte na jiné osobě nebo péči o dítě svěří nějaké instituci. Rozdíly mezi rolí ženy/matky a muže/otce jsou v porovnání s dřívější dobou minimální.

(Gillernová, 2011)

1.3 Typy dysfunkčních rodin

Zajímavou typologii dysfunkčních rodin uvádí ve své publikaci Kořa, Trpišovská a Vacínová (2013). Tito autoři hovoří o tom, že rodiny neplní jednu ze základních funkcí rodiny, můžeme označovat jako dysfunkční. Příčin dysfunkční rodiny je celá řada. Především se jedná o rodiny, ve kterých se objevuje problematika alkoholismu, drog, duševních nemocí, kriminality, násilí apod. Nejčastější typy dysfunkčních rodin jsou nezralá rodina, přetížená rodina, ambiciózní rodina, perfekcionistická rodina, autoritářská rodina, ochránářská rodina, liberální a improvizující rodina, odkládající rodina a disociovaná rodina.

Za **nezralou rodinu** můžeme považovat takovou rodinu, ve které jsou rodiče příliš mladí a rodičovství je překvapí. Dítě se narodí jako nechtěné a rodiče ho berou jako omezení jejich svobody. Rodiče v tak mladém věku mají problémy sami se sebou, se zvládnutím svých emocí a vztahy s ostatními lidmi. Dochází u nich k výkyvům nálad a nemají ucelené představy o své budoucnosti. Nezralí jedinci jsou navyklí na to, že se o ně někdo stará, tudíž pokud mají pečovat o jinou osobu, tak dochází k problému. Obzvláště pokud se jedná o dítě, které je bezbranné a bezmocné. Rodiče se nedokáží do dítěte vcítit, mají příliš málo zkušeností a jejich jednání by mohlo dítěti spíše uškodit. Mnohdy dochází v takovéto rodině i k ekonomickým problémům, kdy prostředí, ve kterém dochází k výchově dítěte, je nevhodné.

Dalším typem dysfunkční rodiny je **přetížená rodina**, což lze chápat jako rodinu, která se obtížně přizpůsobuje životním nárokům či adaptaci. Rodiče v takovéto situaci často nabírají dojem, že se zhroutí. Cítí se bezmocně, vyčerpaně a zoufale. Uvědomují si, že trpí i jejich děti, ale to jejich pocity přetížení zesiluje.

Problémy, ke kterým v těchto rodinách dochází, bývají často krátkodobé. Příčinou mohou být problémy v zaměstnání, sociální problémy či konflikty. Po zvládnutí problémů se rodina vrátí do běžného chodu domácnosti. (Michalová, 2012)

Další typem rodiny, který uvádí Kořa, Trpišovská a Vacínová (2013), je **ambiciózní rodina**. Ta působí na okolí tak, že jsou v ní výborné podmínky pro rozvoj dítěte. Dominuje zde kariéra, úspěšné studium či nadstandardní vybavení. Dítě v ambiciózní rodině může postrádat pocity soucitu, jistoty a lásky. Některé děti jsou sice zhýčkané, avšak nedokáží vyjádřit své neuspokojené potřeby či nějaké nedostatky. Rodiče popírají, že dětem něco chybí, dokáží jim zajistit vysoký standard v oblasti materiálu.

Perfekcionistická rodina je rodina, ve které rodiče nutí dítě k tomu, aby vynikalo mezi ostatními, ovšem zapomínají na jeho schopnosti a dovednosti. Dítě je často vyčerpané, nejisté a dochází u něho ke stavům úzkosti, jelikož není schopno naplnit očekávání rodičů. Vlivem vyčerpání a dalších negativně působících jevů dochází k dalšímu selhání a chybování. Vztahy mezi dítětem a rodiči jsou disharmonické, prohlubuje se zklamání, nedostatečná sebedůvěra a sebejistota. Dítě si odnáší do budoucího života nejistotu a výčitky svědomí.

V **autoritářské rodině** rodiče často šikanují své dítě. Dítěti racionálně nevysvětlí problém, ale rovnou přechází k hrozbám, trestům a nelítostným opatřením. Rodiče využívají jak fyzických, tak i psychických trestů. Dítě je frustrováno, nechápe důvod tohoto jednání. Pociťuje strach, zoufalost, pocit opuštění a nedostatek rodičovské lásky.

Ochranářská rodina se snaží dítěti vždy ve všem vyhovět. Autoři v knize popisují tři základní formy rodinného protekcionismu:

- Útočná forma – vyznačuje se tím, že rodiče vstupují na ochranu jejich dítěte všude, kde by dítě mohlo jejich ochranu potřebovat. Jedná se o záležitosti, kde se rodičům zdá, že by mohlo být dítěti ukřivděno či by nedošlo k prospěchu dítěte. Takoví rodiče se často dostávají do konfliktu s učiteli, se kterými má dítě problém.
- Soucítící forma – rodiče soucítí s pocitem dítěte, zauímají spolutrpitelské postoje. Rodiče jsou s dětmi v jejich bolesti zajedno. Nevystupují na obranu dítěte útočnou formou, ale poddávají se pasivně pocitům ukřivdění.

- Služebná forma – rodiče se podřizují dítěti, chtějí mu ve všem vyhovět. Z dítěte se stává diktátor a nastává tzv. pedagogická inverze, kdy dítě ovládá rodiče.

Liberalní a improvizující rodina je taková, v níž rodiče nejsou schopni stanovit dítěti jasné výchovné cíle. Rodiče využívají argumentů, že dítěti dostatečně důvěřují, což jim brání v uvědomění si toho, že dítě nebude znát přiměřenou volnost. Dítě si nemusí svých rodičů vážit, rodiče často improvizují v řešení problémů.

Odkládající rodina se vyznačuje tím, že rodiče své dítě často odkládají svým prarodičům, tetám, přátelům či známým. Důvodem může být jakákoliv krize, nízký věk rodičů nebo přetíženost rodičů. Dítě může trpět pocitem bezcennosti, pocitem, že nikam nepatří. V budoucnosti může mít problém s navazováním sociálních vztahů.

Pokud jsou v rodině narušeny vztahy, které jsou nutností pro funkčnost rodinného prostředí, jedná se o **disociovanou rodinu**. Často dochází k izolovanosti rodiny, omezení kontaktů s příbuznými, přáteli, organizacemi apod. V rodině jsou časté konflikty mezi jejími členy. (Koťa, Trpišovská, Vacínová, 2013)

Výchova v rodině probíhá různě, avšak ve všech typech rodiny by měla probíhat mediální výchova. V každé rodině tato výchova probíhá ovšem jinak. Odkládající rodina svou zodpovědnost pravděpodobně převede na jinou osobu či instituci (např. školu). Rodina nezralá nebo přetížená se oblastí médií také nebude příliš věnovat z důvodu časového vytížení, bezmoci či nevyspělosti.

1.4 Rodičovské postoje

Odborné zdroje uvádějí, že postoj můžeme chápat jako: „*tendence reagovat na předměty, osoby, situace.*“ (Koťa, Trpišovská, Vacínová, 2013, s. 80)

„*V konkrétní rodičovské rovině jde o to, zda postoje vůči dítěti vyjadřují jeho přijetí, či naopak odmítání.*“ (Koťa, Trpišovská, Vacínová, 2013, s. 80)

Přijetí nebo odmítání se odráží od toho, zda bylo dítě plánované, chtěné či naopak. Rodičovství je z části vrozené, avšak obsahuje i část naučenou, kterou získáváme z osobní zkušenosti, z výchovy od našich rodičů. Postoje k rodičovství se tvoří už v průběhu dětství. Dalo by se říci, že počátek těchto dovedností si tvoříme už v prvním roce života. Ve druhém a třetím roce života dochází ke tvorbě představ o rodinném životě, uvědomování si funkce a role matky, otce či prarodičů. Rodičovský postoj se později

formuje prostřednictvím hry s panenkami, ve hrách na otce a matku a zkušenostech se svými rodiči i s rodiči vrstevníků.

V předškolním věku pokračuje vývoj rodičovských postojů vlivem vrstevnických skupin. Následně v období školního věku přijetím vlastní identity. Rodiče své postoje vyjadřují každý den jejich chováním či jednáním. V těchto postojích se vyskytují nenaplněná přání rodičů, hodnotová orientace nebo přání do budoucna. Dítě by mělo být rodiči přijímáno, aby se v rodině cítilo dobře.

Pro dítě je důležitá akceptace dítěte, kdy ho rodič přijímá takové, jaké ve skutečnosti je. Dává mu projevy lásky a empatie. Současně je také velice důležitá spolupráce s dítětem, poskytnutí rozumné volnosti dítěti, která se opírá o jeho věk a uznání jeho jedinečnosti a svébytnosti. (Kořa, Trpišovská, Vacínová, 2013)

Rodičovské postoje bývají dobře zformulovány i u mladých rodičů. Každopádně najdeme případy, kdy tomu tak není, především z toho důvodu, že jsou mladí rodiče pro své rodičovství nevyspělí nebo nezralí. Začátek rodičovských postojů je spojený se zkušeností s vlastními rodiči. Děti, které vyrůstaly např. v dětských domovech, jsou v ohrožení, rodičovské postoje se jim budou vyvíjet chudě a nedokonale. Není to ovšem pravidlem, existují i výjimky, kdy pomocí vnitřních sil a pomoci ze svého okolí, se jedinci stanou úspěšnými rodiči. (Matějček, 2007)

1.5 Mediální výchova v rodině

Během 90. let 20. století se u nás začala rozvíjet představa o tom, že je důležité začít vzdělávat jedince žijícího v moderní společnosti v oblasti médií a vybavit ho tzv. „mediálním minimem“. (Jirák, Šťastná, 2012 in Šťastná, Wolák, Cigánková, 2014)

Mediální výchova se v posledních letech stává důležitou součástí výchovy. Cílem mediální výchovy dítěte je získání dovedností a znalostí, které mu umožní bezpečné používání médií. Důležitým faktorem pro mediální výchovu je věk dítěte. (Stašová, Slaninová, Junová, 2015)

Současná doba přináší mnoho nástrah, jedním z nich je i internet. Je důležité naučit dítě mediálnímu světu porozumět stejně tak, jako dítě učíme bezpečí v každodenním životě. S mediální výchovou bychom měli začít už od útlého dětství, aby se dítě při prvním používání internetu dokázalo vyhnout virtuálnímu nebezpečí. (Burdová, 2014)

Mediální výchova zahrnuje složku vědomostní i dovednostní, jedná se o průřezové téma. (Mediální výchova v rodině: postoje a přístupy českých rodičů, online)

V České republice se odborníci zajímali především o problematiku mediálního vzdělávání v prostředí školy. Téma mediální výchovy v rodinném prostředí se začalo zkoumat až v posledních letech. (Wolák, 2013 in Šťastná, Wolák, Cigánková, 2014)

Sloboda a Šed'ová považují roli rodiny v mediální výchově za velice důležitou už v předškolním věku, a to především z toho důvodu, že dítě přichází s médii do kontaktu dříve, než začne plnit svoji povinnou školní docházku.

Při mediální výchově dětí v rodině uplatňují rodiče tři hlavní přístupy – aktivní, restriktivní a společné užívání.

Pokud rodiče přistupují aktivně k mediální výchově dětí, tak s dětmi o mediálním obsahu vedou diskusi a vysvětlují jim významy mediálních sdělení. (Austin, 1993; Valkenburg a kol., 1999; Livingstone, Helsper, 2008 in Šťastná, Wolák, Cigánková, 2014)

Přístup restriktivní je založen na existenci pravidel, pomocí kterých rodiče regulují užívání médií. Děti mají nastavený omezení času, kdy mohou média využívat nebo jim rodiče kontrolují obsah, který pomocí médií přijímají. (Singer a kol., 1988; Valkenburg a kol., 1999; Eastin a kol., 2006; Livingstone, Helsper, 2008 in Šťastná, Wolák, Cigánková, 2014)

Společné užívání médií je nejčastěji používanou rodičovskou strategií. Rodiče považují společné používání médií jako určitou zábavu, jak trávit volný čas s dětmi. (Singer a kol., 1988; Valkenburg a kol., 1999 in Šťastná, Wolák, Cigánková, 2014)

Specifickým přístupem rodičů zejména v prostředí internetu je tzv. monitoring. Rodiče viditelně či skrytě kontrolují aktivitu dětí v prostředí internetu, sledovaný obsah a následnou diskusi. Na děti toto chování může působit jako narušení soukromí či nedostatek důvěry. (Livingstone, Helsper, 2008 in Šťastná, Wolák, Cigánková, 2014)

Pro rodiče může být nárůst médií jistou obavou. Pokud oni sami dostatečně médiím neporozumí, nemusí být poté schopni s dětmi o médiích komunikovat, natož je vést k používání a uvědomělému životu s médii. (Livingstone, 2002, 2007; Livingstone, Helsper, 2008 in Šťastná, Wolák, Cigánková, 2014)

2 VARIABILITA SOUČASNÝCH MÉDIÍ

Vývojem digitalizace se rychle zvýšily možnosti komunikace, která je prostředkem předávání informací. Mnohdy si neuvědomujeme, jak jednoduše lze dnes rozšířit obrovský objem informací do celého světa. (Jirák, Köpplová, 2003)

Média ovlivňují náš život více, než si většinou připouštíme. Je důležité se o tuto problematiku zajímat a být schopen rozlišit realitu od fikce. V současnosti jsme obklopeni médii doma, v práci, ve škole, v obchodních domech a na dalších místech, které během svého života navštívíme. Děti se prostřednictvím počítačů, tabletů či notebooků připojují k online výuce, a proto bychom je v této oblasti měli vzdělávat.

2.1 Pojem média

V současném světě nejde přeslechnout pojem „média“. Patří do běžné komunikace a setkáváme se s ním velice často.

Historie médií je plná proměn a pohybů jak v rovině obsahové, tak i v technologické. (Jirák, Köpplová, 2003)

Původ slova média je odvozený z latinského slova „medium“, což lze přeložit jako „nacházející se uprostřed“ či „střední“. (Schellmann, Gaida, Gläser, Kegel, 2004)

Médium je tedy „zprostředkující činitel“, co něco zprostředkovává. Může se např. jednat o nějaké sdělení, poznatek, názor či zkušenost. Dále se tímto pojmem může označovat vše, co využíváme jako technickou podporu komunikace, jedná se např. o telefon nebo písmo. Někdy se můžeme setkat s označením lidu jako „média“ (starší výraz „tisk“), který se objevuje především v televizním vysílání a prisuzujeme ho např. pracovníkům s kamerami. Médii tedy můžeme označit všechno, co nějakým způsobem zajišťuje komunikaci. (Jirák, Köpplová, 2009)

Pojem média můžeme definovat několika způsoby a v každé literatuře nalezneme jinou definici. (Schellmann, Gaida, Gläser, Kegel, 2004)

2.2 Funkce masové komunikace

V literatuře lze najít různé seznamy funkcí masové komunikace, které nám poskytují základní orientaci v této oblasti.

Kraus (2001) rozděluje funkce masmédií následovně:

Funkce informativní – masmédia chápeme jako nositele informací, která předávají zakódovanou informaci (zprávu) adresátovi. Přenos informací probíhá pomocí

obrazu, zvuku, slova či symbolu. Informace, kterou z médií adresát získává, ovlivňuje jeho názory, postoje a vědomí. Funkce informativní dále zahrnuje funkci hodnotovou (reprezentace duchovních hodnot), hodnotící (hodnocení formou a způsobem prezentace), kognitivní (zprostředkování informací), vzdělávací (rozšiřování obzoru a kultivace osobnosti) a petrifikační (uchovávání obrazu světa a doby). (Kraus, Poláčková, 2001)

Funkce komunikativní – spočívá v uskutečnění spojení mezi určitou událostí, skutečností, stavem či situací na jedné straně a příjemcem (adresátem) sdělení na druhé straně. V rámci této funkce můžeme vyčlenit funkci socializační (zprostředkování zkušeností, názorů, postojů a pocitů), stimulační (podněcování senzibility, fantazie a představivosti), kulturní (poznávání a přejímání hodnot a ideálů) a kompenzační (uspokojování potřeb osobnostního vyrovnání). (Kraus, Poláčková, 2001)

Funkce formativní – média chápeme jako nástroj, který utváří nástroje a postoje adresátů. Na základě přenášené informace vytváří představy svých adresátů za účelem docílení toho, že se příjemce do modelové situace vžije a vcítí tak, že porovná své prožitky s prožitky druhých a otevírá se jejich vlivu. Funkci formativní náleží následující funkce: humanizační (zlidšťování a upevňování altruismu), výchovná (utváření, kultivace a výchova jedince), akulturační (usnadnění adaptace imigrantů), estetická (kultivace vnímání krásy a vztahu ke kráse), magická (překračování smyslového poznání do nadskutečnosti), defrustrační (odstranění špatné nálady a deprese) a manipulativní (aktivizace společnosti, reklamní ovlivňování). (Kraus, Poláčková, 2001)

Funkce rekreativní – styk s masmédií navodí u člověka pocity relaxace, odpočinku. Prostřednictvím masmédií dochází u jedince k regeneraci sil a zotavení. V rámci rekreativní funkce je potřeba zmínit funkci relaxační (médiá jsou nástrojem rehabilitace a relaxace, jedinci umožňují získat duševní rovnováhu), solitární (vyvolání pocitu samoty), desolitární (zprostředkování kontaktu se světem), hedonistickou (provokace a prezentace rozkoše a prožitků) a zábavnou (zprostředkování odpočinku a zábavy). (Kraus, Poláčková, 2001)

Postupem času je kladen stále větší důraz na funkce: „*artikulování názorů, působení na veřejnost, kontrola politické činnosti, výchova a vzdělávání, politická socializace, ovlivňování hospodářské činnosti reklamou, vytváření specificky záměrného veřejného mínění.*“ (Kunczik, 1995, s. 33)

Aby média plnila svůj účel, musí příjemce i informátor mluvit stejnou řečí. V případě obrazných a symbolických ztvárnění to znamená, že symboly a obrazy musí

mít stejný význam pro obě strany. Pokud tato podmínka není splněna, dochází k nedorozumění nebo zpráva nemůže být pochopena. Vedle sdělovaného obsahu musí existovat příslušná pravidla výkladu, aby příjemce zprávu pochopil. (Buermann, 2009)

2.3 Sledování YouTube videí v prostředí internetu

Za globální informační systém se dá považovat internet, který zaznamenal enormní rozvoj. V dnešní době je internet zcela neodmyslitelným jak v pracovní oblasti, tak i v oblasti konzumu. Poskytuje nám celou řadu služeb až po masovou komunikaci. (Schellmann, Gaida, Gläser, Kegel, 2004) V prostředí internetu se nachází již zmiňovaný portál YouTube.

Internet považujeme v současnosti za hlavní platformu nových médií. Internet má 3 charakteristiky nových médií – digitální podstatu, počítačové zpracování a zároveň je interaktivní. Od ostatních médií se internet odlišuje především snadnou komunikací. (Pavlíček, 2010)

V tomto ohledu je důležitá rodičovská kontrola, aby nedošlo k nežádoucí komunikaci.

YouTube je video-hosting server v prostředí internetu, který byl založen v roce 2005. Princip služby je snadný, pomocí registrace, která je zdarma, lze sdílet a sledovat videa s ostatními uživateli. (Pavlíček, 2010)

Generace, která se narodila po roce 2000 je zcela napojena na život online. Děti tráví mnoho času sledováním videí na YouTube, kam youtubeři nahrávají svá videa. Za předchůdce platformy YouTube se dají považovat různá amatérská rádia a později s příchodem internetu tzv. blogging. Jeden z prvních blogů vyšel v roce 1994, který začal psát student Justin Hall. Prostřednictvím blogingu se začali virtuálně sdružovat lidé, kteří měli společné zájmy a své blogy si mohli vzájemně podporovat. Založení těchto blogů bylo rychlé, bezplatné a jednoduché. Mnohdy se jednalo o různé fanpage o známých osobnostech, recenze či propagace různých produktů. Někteří využili blog ke psaní svého deníku, který s ostatními lidmi sdíleli. S vývojem techniky lidé očekávali kvalitnější fotky či videa, která by recenzovala různé produkty. (Vacek, 2018)

Počátkem videí na platformě YouTube je osmnáctisekundový klip, který se nazývá „Me at the zoo“, což můžeme přeložit do češtiny jako: „Já v zoo“. Klip byl zveřejněn 23. dubna 2005, autorem Karimem. Autor klipu komentuje výběh slonů, kteří se nacházejí v ZOO v americkém San Diegu. Po zveřejnění tohoto klipu patří YouTube k nejpoblárnějším serverům, prostřednictvím kterých můžeme sdílet a sledovat videa.

YouTube byl založen v roce 2005 a od roku 2006 ho můžeme označovat jako dceřinou společnost firmy Google. YouTube nám dovoluje nahrát či zhlédnout videa a taktéž nám umožňuje tvorbu videí hodnotit, komentovat i sdílet. Na této platformě najdeme spoustu hudebních videoklipů, vzdělávacích videí, vlogů z běžného života, recenzí, trailerů k filmům, různorodých názorů, které sleduje miliarda lidí. (Vacek, 2018)

Postupem času se tvorba videí a následné sdílení tohoto obsahu stává velikým fenoménem a rozšiřuje se po celém světě. Osoba, která nahrává videa na server YouTube, je označovaná slovem Youtuber. Youtuber velmi často prezentuje svoje pocity, názory, zájmy a mnohdy i své soukromí prostřednictvím videí, která poté nahrává na již zmíněný portál. Mezi oblíbená témata patří kosmetika, móda, jídlo, každodenní život, zábava, cestování a vznikají stále nová témata. (Vacek, 2018)

Videí na YouTube je už v dnešní době nespočet a je velmi náročné se v tomto prostředí orientovat. Ovšem pokud máte nějakého oblíbeného youtubera, můžete ho začít odebírat a popřípadě si zapnout upozornění, pokud nahraje nové video. V roce 2015 se zaznamenaly dvě miliardy přístupů denně a během šedesáti sekund uživatelé nahráli na server YouTube 300 hodin nových videí. Po vyhledávači Google je YouTube druhou nejnavštěvovanější internetovou službou světa. Nejznámější zahraniční Youtuber, nazývaný „PewDiePie“, pochází ze Švédska a je známý pro své komentování videoher. Jeho kanál měl v roce 2018 přes 62 milionů odběratelů a po dvou letech se počet odběratelů zvýšil na 107 milionů. (Vacek, 2018)

Youtubeři se stávají vlivnými osobnostmi, svými zábavnými videi zaujmou širokou společnost a mnohdy překonají vliv celebrit z tradičních médií. Zpravidla nejsou považovány za celospolečenské celebrity, ale v prostředí YouTube nevnímají konkurenci. Youtubery můžeme označovat pojmem „influencer“. Jedná se o osobu, která má vliv na společnost. S Youtubery se můžeme setkat na shromáždění, které během roku několikrát pořádají. V České republice se jedná například o 4FANS či Utubering. Utubering je často označován jako festival internetové generace. Youtubeři si prostřednictvím reklamy, kterou si na svém kanále zapnou, vydělají mnohdy nemalou finanční odměnu. Mnozí z nich nemají natáčení videí pouze jako svůj koníček, ale i jako živnost. (Vacek, 2018)

V České republice se jedná většinou pouze o zábavný obsah, který je natáčený z Youtuberova pokoje a chybí zde příznivější obsah. Mezi populární české youtubery můžeme zařadit Karla Kováře, známého jako Kovyho, či Jirku Krále. Karel Kovář má na svém kanále i videa k zamyšlení, často se jedná o různě politicky orientovaná videa.

Napsal knihu s názvem Kovy – Ovšem, kde formou příběhů, fotek a básní sdílí život kluka z maloměsta, který si buduje kariéru na YouTube. (Vacek, 2018)

YouTube videa jsou pro děti v předškolním věku vhodnou alternativou ke tradičním televizním dětským pořadům. Stovky videí pro malé děti jsou neškodné, dobře vytvořené a mnohdy i vzdělávací, avšak na nevhodný obsah lze také narazit. Nevhodná videa mohou mít na dítě negativní vliv a s tímto je spojený problém, jež společnost YouTube řeší. (Papadamou et al., 2019, online, vlastní překlad)

YouTube nabízí i bezpečnější platformu pro děti – **YouTube Kids**. Děti zde mohou jednodušeji a bezpečněji poznávat svět prostřednictvím online videí. Rodiče mají k dispozici celou řadu nástrojů pro rodičovskou kontrolu, tudíž mohou přizpůsobit online prostředí svým dětem bez obav. YouTube Kids používá mnoho filtrů, zpětných vazeb od uživatelů a kontrol prováděných pracovníky této služby. Mezi funkce rodičovské kontroly patří:

- Obsah schválený rodiči – výběrem kanálů, videí a sbírek mohou rodiče kontrolovat, co sledují jejich děti.
- Dětské profily – pomocí této funkce může rodič vytvořit až 8 dětských profilů s vlastním nastavením a preferencemi.
- Blokování – pokud rodič narazí na YouTube na nevhodné video, může ho zablokovat a automaticky se odstraní ze všech dětských profilů.
- Historie sledování – v historii sledování má rodič přehled o tom, co jeho dítě sleduje za videa.
- Nastavení vyhledávání – vyhledávání rodiče mohou nechat zapnuté, aby jejich dítě mělo přístup k více videí nebo ho vypnou a děti nebudou moc vyhledávat další videa.
- Časovač – přes časovač lze nastavit maximální dobu, po kterou mohou děti aplikaci používat.
- Nahlašování videí – videa, která jsou nějakým způsobem nevhodná, může rodič nahlásit a následně bude video odesláno ke kontrole.
- Sledovat v televizi – prostřednictvím této funkce lze YouTube videa sledovat v televizi, pokud tuto funkci televize nabízí. (YouTube Kids – Dětský svět učení a zábavy, online)

Nevhodná videa se bohužel objevují i ve službě YouTube Kids. Důvodem může být to, že YouTube spoléhá na uživatele této platformy, kteří nahlásí videa, jež považují za nevhodná a poté bude provedena následná kontrola. Tento způsob ochrany dětí před takovými videi nefunguje. (Papadamou et al., 2019, online, vlastní překlad)

YouTube děti v předškolním věku sledují převážně na televizi. Současně má na děti silný vliv i reklama, které se na YouTube děti těžko vyhnou, proto jsem se rozhodla v následujících podkapitolách zmínit médium televize a taktéž problematiku reklamy.

2.3.1 Sledování YouTube prostřednictvím televize

Televize je pro většinu lidí každodenní a běžnou záležitostí a široce ovlivňuje náš život. Sdělení není pouze hlasové, ale i vizuální. Vlivem posunu v oblasti techniky dochází k vývoji tohoto zařízení, tudíž nejvýkonnější televize už mají řadu funkcí.

Toto médium nám zprostředkovává zkušenosti, které během svého života nemusíme zažít. Někdy dochází k problému rozlišit realitu od „života z druhé ruky“. Televize nám mnohdy poskytuje negativní obraz světa, což v některých lidech může vyvolávat pocity strachu, které v danou chvíli nejsou zapotřebí. Tohoto využívá zejména TV Nova, kde převažují negativní události nad pozitivními.

Vlivem televizního vysílání dochází k podpoře násilného chování, což se týká hlavně dětí a mladistvých. Televize často brání v rozhovoru mezi lidmi, nahrazuje společenské hry a interakce v rodině. Vzniká tak ohrožení rodiny, komunikace, rozvoje osobnosti a jednotliví členové se uzavřou do sebe.

(Schellmann, Gaida, Gläser, Kegel, 2004)

Otázka vlivu televize na rodinný život se objevuje s představou, že každý jedinec v domácnosti má rozdílné preference výběru televizního programu a rodina se stává před obrazovkou pasivní. Na druhé straně ale televize nabízí členům domácnosti podněty k hovorům na různá témata. (Burton, Jiráček, 2001)

Obecně platí, že pokud je prostředí, ve kterém dítě vyrůstá, vhodné, tím lépe se vyrovnává s emočně silnými televizními zážitky a má menší tendenci televizi propadat. Tříleté až pětileté děti se zaměřují na jednotlivosti. Zajímají je jednotlivé scény, které nedokáží propojit do uceleného příběhu. Pozornost dětem vydrží pouze krátkodobá a střídají se v ní fáze odklonů a úniků do jiných činností. Televizní výchova dětí je důležitým úkolem pro všechny členy domácnosti. Členové domácnosti by měli dětem

aktivně naslouchat a pozorovat to, jak děti televizi sledují. Pro děti je vhodné, když slyší názor dospělých na určitý scénář či program, to dětem usnadní hledání názoru.

(Blažek, 1995)

2.3.2 Reklama

Médium televize má oproti tištěným médiím řadu předností, kterých využívá např. reklama. Největší příjem z televizní reklamy v České republice má televize Nova, která měla za rok 2003 čistý příjem cca 4, 7 miliardy Kč.

(Schellmann, Gaida, Gläser, Kegel, 2004)

Reklama je od světa médií neodlučitelná, a proto bychom ji měli umět vnímat s nadhledem a nenechat se jí využívat. Využívá všechny dostupné poznatky o psychice člověka, jeho vnímání a komunikaci, aby zaujala co nejširší společnost. Na tvorbě reklamy pracuje tým odborníků, který se snaží ovlivnit konzumentovi touhy, potřeby a emoce tak, aby ho donutili k zakoupení daného produktu. Existují určité prvky, aspekty a obrazy, které na příjemce reklamy působí, např.: vtip, humor, strach, agrese, krása, zábava, erotika, bohatství, zdraví, úspěch, volný čas, snadné cesty, barvy, hudba, pohoda či spokojenost. Na základě těchto kategorií tvůrci reklamy upraví obsah dle daného produktu, tak aby byla reklama co nejúčinnější. (Škola médií, 2020, online)

Reklama má tři funkce:

- Funkce informativní – informuje spotřebitele o novém produktu na trhu.
- Funkce přesvědčovací – reklama přesvědčuje konzumenta ke koupi výrobku.
- Funkce připomínající – reklama připomíná existenci dané služby nebo výrobku, kterou již spotřebitel zná a je na trhu nějakou dobu.

Každá reklama musí dodržovat etická a morální měřítko. V České republice jsou zákonem zakázány reklamy, které se vztahují na produkty, jejichž šíření je zákonem zakázáno (drogy); podprahové reklamy (příjemce si reklamy nemusí všimnout, signály vysílané reklamou se ukládají do našeho podvědomí); klamavé a skryté reklamy (reklamy, které nejsou označeny za reklamy) a nevyžádané reklamy (letáky, noviny ve schránkách). (Škola médií, 2020, online)

3 Předškolák ve světě médií

Nynější svět médií je pro děti v předškolním věku velmi poutavý a přitažlivý, nabízí jim mnoho cenných podnětů. Média na děti působí nejen pozitivně, ale i negativně. Velikou zodpovědnost za rozvoj dítěte mají dospělí (především rodiče). Je velice nezbytné, aby si tohoto byli rodiče vědomi a měli určitou kontrolu nad působením médií na děti.

Potřeby dětí se v mediálním prostředí často zohledňují. Média se snaží dítě zaujmout prostřednictvím jednoduchosti, barevnosti, pohyblivosti či poutavých příběhů. Nejpritažlivější médium je pro dítě televize, poté počítač a v současné době se stává oblíbeným i tablet. Tištěná média vyžadují určitou soustředěnost a často je zde nezbytná pomoc či spolupráce rodičů. (Mertin, Gillernová, 2010)

3.1 Předškolní období

Předškolní věk lze v širokém slova smyslu označit jako celé období od narození až do vstupu do školy. V užším slova smyslu je předškolní období věkem mateřské školy. (Langmeier, Krejčířová, 1998)

Věková hranice tohoto období se pohybuje od 3 přibližně do 6 let. Za konec tohoto období nepovažujeme věk, ale především nástup do školy. Charakteristickým znakem pro předškolní období je postupné uvolňování veliké vazby na rodinu a rozvoj aktivity, která už není pouze samoúčelná, ale dítě si dokáže hrát s vrstevníky, což umožňuje prosazení se ve vrstevnické skupině. K tomuto je důležité osvojení si běžných norem chování, pochopení rolí a dostačující komunikace. Dětské období je ale zároveň egocentrické a vázané na aktuální situaci. Jedním z úkolů předškolního období je právě překonání této bariéry a předpokládaný nástup do školy, což je jeden z vývojových mezníků. (Vágnerová, 2000)

Dítě po třetím roce života překračuje za normálních okolností hranice svého nejbližšího kruhu rodiny a ke svému vědomí přidává další významný prvek, což je vztah k druhým dětem. Děti po společnosti vrstevníků touží a jsou šťastné, pokud si jich ostatní děti všímají, zapojí je do hry a mohou se navzájem navštěvovat. K rozvoji socializace a vztahu k druhým dětem je velice důležitou a vhodnou institucí mateřská škola. V mateřské škole si kladou za cíl rozvoj spolupráce a sociálních dovedností, jako je soucit, obětavost, solidarita, tolerance apod. Pokud dítě nemá vhodné rodinné prostředí

a rodiče nezastávají vhodné rodičovské postoje, mateřská škola umožňuje dítěti poznat, co je běžné a normální. Může být pro dítě i terapeutickým prostředím. (Matějček, 2007)

3.2 Vývoj dítěte v předškolním věku

Dítě v období tří let zakončilo etapu vývoje, ve které se naučilo chodit a pohybovat. Zvládá chůzi ze schodů a chodí i běhá po nerovném terénu.

(Langmeier, Krejčířová, 1998)

V předškolním období se dítě i nadále vyvíjí v těchto oblastech – tělesné, pohybové, intelektové, společenské i citové. Dokáže si mnoho podnětů opatřit samo. (Matějček, 2005)

V oblasti motorického vývoje dochází stále ke zdokonalování, zlepšení pohybové koordinace a elegance pohybů. Dítě v období čtvrtého nebo pátého roku už nejenom dobře utíká, ale dokáže seběhnout schody, skákat, lézt po žebříku, seskočit z lavičky, stát déle na jedné noze a dokáže házet míč téměř stejně jako dospělý.

(Langmeier, Krejčířová, 1998)

Soběstačnost dítěte rychle narůstá, zvládá samostatně jíst, převlékat se, obouvat se a učí se zavazovat tkaničky. Při toaletě může vyžadovat menší pomoc, ale umí si samo umýt ruce a pod dohledem se může samo koupat. (Langmeier, Krejčířová, 1998)

Svou zručnost si procvičuje prostřednictvím modelíny, v mnohých hrách s kostkami, pískem a zejména při kresbě. Tříleté dítě nemá problém s nápodobou vertikální, horizontální i kruhové čáry. Ve čtvrtém roce dokáže nakreslit křížek, během pátého roku zvládne čtverec a v roce šestém dokáže nakreslit trojúhelník. Roste schopnost interpretovat svoji představu pomocí kresby na papír. (Langmeier, Krejčířová, 1998)

Řeč se během předškolního věku značně zdokonaluje. V období tří let dítě mnohé hlásky nahrazuje jinými, vyslovuje je nepřesně a řeč je nedokonalá. Ve čtyřech a pěti letech se u většiny dětí „dětská patlavost“ vytratí a pokud tomu tak není, tak se většinou v průběhu prvního školního roku nebo s malou logopedickou pomocí upraví. Dítě v předškolním věku už dokáže delší dobu naslouchat. Dítě velice rádo povídá, má zájem se učit krátké říkanky a zvládne zazpívat písničky. (Langmeier, Krejčířová, 1998)

V oblasti poznatků dokáže říct celé své jméno a pohlaví. Správně umí pojmenovat barvy a v období pátého roku dokáže podat jednoduchou definici známé věci. (Langmeier, Krejčířová, 1998)

V průběhu čtvrtého roku se vývoj inteligence dítěte přesouvá z úrovně symbolické (předpojmové) na úroveň názorového myšlení. V předchozím stádiu

využívalo dítě slova nebo symboly jako předpojmy částečně vázané na individuální předměty a částečně směřující k obecnosti. Nyní už dokáže uvažovat v celostních pojmech, které vyplývají z vystižení podstatných podobností. Dítě ještě nedokáže myslet skutečně logicky. Své úsudky dokáže sdělit, ale jsou závislé na názoru, nikoli na logickém uvážení. Myšlení můžeme považovat za předoperační a je úzce vázáno na činnost dítěte. (Langmeier, Krejčířová, 1998)

Myšlení má čtyři znaky: egocentrismus, fenomenismus, magičnost a absolutismus. Egocentrismus má tendenci zkreslovat úsudky prostřednictvím subjektivních preferencí. Langmeier (1991) uvádí příklad, kdy dítě zakryje svoje oči rukama, aby ho ostatní neviděli. Fenomenismus klade důraz na určitou podobu světa, představu. Dítě je upoutáno na obraz reality, který ve svých úvahách nedokáže opustit. Je pro něho důležitá přítomnost a aktuální podoba světa. V rámci magičnosti využívá fantazii k interpretaci dění v reálném světě. Má ve zvyku zkreslovat realitu a nerozlišuje skutečnost od fantazijních představ. Absolutismus je přesvědčení o tom, že by každé poznání mělo mít jednoznačnou platnost. Relativita názorů dospělých přijde dětem v předškolním věku nepochopitelná. Dalším typickým znakem myšlení pro toto období je absence komplexního přístupu. (Vágnerová, 2000)

Fantazie je v tomto období velice bohatá, má harmonizující význam a je nezbytná pro rovnováhu mezi rozumem a city. Dítě vyjadřuje svůj názor pomocí kresby, vypravování a hry. (Vágnerová, 2000)

Egocentrismus se objevuje i ve vnímání prostoru, kde dítě přeceňuje velikost nejbližších objektů, které vidí jako velké a podceňuje vzdálenější, jelikož je vnímá jako malé. Dokáže rozlišovat polohu nahoře a dole, ale vpravo a vlevo mu ještě dělá problém. (Vágnerová, 2000)

Pojetí času se u dítěte v předškolním věku rozvíjí pomalu. Projevuje se zde prezentismus, kdy je dítě vázané na přítomné dění. Dítě přeceňuje délku časového intervalu a dochází ke zkreslení představy o časové dimenzi. Pro dítě je nejdůležitější přítomnost, proto málokdy spěchá. Pojmy, jako je minulost nebo budoucnost, nemají pro dítě v tomto věku přesný obsah. (Vágnerová, 2000)

Paměť u dítěte předškolního věku má mimovolní charakter. Dítě si rychle zapamatuje, co upoutá jeho pozornost. Vliv výchovy spolu s rozvojem vyšší nervové činnosti mají veliký podíl na uvědoměném sebeovládání, počátku vývoje vůle a citovém sebeovládání. Děti si začínají vytyčovat a realizovat jednoduché cíle. Překonávání

překážek k dosažení cíle vede k počátkům rozvoje utváření osobnosti dítěte. (Michalová, 2012)

3.3 Socializace dítěte v předškolním věku

Pro dítě v předškolním věku hrají rodiče velice důležitou roli. Rodiče jsou pro děti významnou emocionální autoritou. Dítě se chce rodičům podobat ve všech směrech a v rámci identifikace dítě přijímá veškeré postoje, hodnoty či projevy rodičů. Dítě si v předškolním věku zkouší různé role, které by mělo v budoucnu získat a zároveň se tyto role učí zvládnout. V tomto věku je důležité umět dítě dobře namotivovat a v případě pozitivního způsobu motivace, dokáže dítě přijmout daná pravidla chování. Rodina je pro dítě v tomto věku velice důležitá a v případě rozvodu rodičů, dítě nedokáže příčinu pochopit, protože na tuto situaci nahlíží egocentricky. Rozvod a následný odchod jednoho z rodičů z domova má negativní důsledky na emoční stránku dítěte, především na pocit bezpečí a jistoty. Dítě v takovéto situaci potřebuje a vyžaduje větší pozornost rodičů a lásku. (Vágnerová, 2000)

V předškolním věku se liší vztah dítěte k vrstevníkům a k dospělým. Od vrstevníka dítě neočekává ochranu ani toleranci. Jedná se o symetrický vztah, ve kterém jsou si rovni. Sourozenské vztahy mají často ambivalentní charakter. Děti jsou jak spojenci, tak i soupeři. Vztah sourozenců se značně odvíjí od postojů rodičů, jejich prezentace názorů a vcítění se do dětí. Vztah ke kamarádům se od sourozenského liší v tom, že má dítě určitou možnost volby. Může odmítnout toho, který mu nevyhovuje. Dítě v tomto věku preferuje kamaráda, který má podobné záliby a je mu v něčem podobný. Mnohdy výběr kamaráda ovlivňuje pohlaví, zevnějšek dítěte, vlastnictví zajímavého předmětu a jeho chování. V dětské skupině se v tomto období rozvíjí schopnost spolupráce a soupeření. Důležité je také umět se prosadit, což lze právě ve skupině vrstevníků. Komunikaci dítě přibližně od čtyř let dokáže přizpůsobit svému komunikačnímu partnerovi. Dítě bude jinak komunikovat s dospělým, vrstevníkem či malým dítětem. V komunikaci je typický egocentrismus, kdy dítě často opomíjí podstatné aspekty, jelikož se domnívá, že posluchač ví to stejné, co ono. (Vágnerová, 2000)

3.4 Dopad, účinek a vliv médií

K působení médií na jedince či společnost se vztahují pojmy dopad, účinek a vliv médií. Mezi těmito pojmy existuje řada rozdílů. Dopad médií je nejjobecnější pojem. Je nadřazený pojmem „účinek a vliv médií“ a oba tyto pojmy v sobě zahrnuje. Vliv médií

označuje zpravidla dlouhodobější a trvalejší působení médií. Pokud se jedná o nějakou reakci na určité typy obsahů, jedná se o účinek médií. Účinek médií je spjat spíše s behaviorálním rámcem. (Jirák, Köpplová, 2003)

V knize Masová média pedagog Potter popisuje média jako: „*Média jsou všeprostopující a jsou všude kolem nás jako počasí. A jako počasí je i vlivy médií těžké předvídat, jelikož těchto vlivů je velký počet a jejich vzájemné vztahy velmi složité.*“ (Jirák, Köpplová, 2009, s. 322)

Existence médií má na společnost, jedince či kulturu bez pochyb veliký vliv. To dokazuje řada literárních děl a různá empirická šetření.

Vlivem médií se mohou u jedince objevit změny v jeho názorech, postojích, emocích a v neposlední řadě chování. (Jirák, Köpplová, 2009)

Účinky se dají zkoumat různými metodami, nejběžnější je experiment. Účinky jsou pravděpodobně nepřímé a dlouhodobé. Média ovlivňují to, jak nahlížíme na druhý, sami na sebe i na okolní svět a hrají velice důležitou roli v utváření postojů, názorů a hodnot jedince.

Vliv médií na děti závisí na několika faktorech, jako je věk nebo schopnost rozeznat fikci od reálného. Vědci uvádějí, že dítě je schopno rozlišit realitu od fikce až kolem osmého roku života. V rodinném prostředí mohou mít média destruktivní (příčina podle autorů ale tkví jinde) vliv nebo konstruktivní (pobízí k hovoru). Média mohou lidi navzájem izolovat a hrozí tak rozpad rodiny. (Burton, Jirák, 2001)

Média mají na děti pozitivní i negativní dopad. Mezi pozitivní dopad lze zařadit, že média v dětech probouzí radost, uvolnění, odpočinek, tvořivost apod. Děti mají možnost se dostat k emocím, názorům nebo znalostem, ke kterým v běžném životě nemají přístup. (Mertin, Gillernová, 2010)

Vlivem nezáměrného působení médií dochází k teorii sociálního učení, která je u dětí velmi důležitá. Přejímají modely chování, normy a role od ostatních. Tímto dochází k dlouhodobé změně a celkovému posunu společnosti. (Jirák, Köpplová, 2009)

Mezi negativní dopady médií se řadí tzv. „*dumping down effect*“, v překladu „*ohlupující účinek médií*“. Jedná se o zjednodušené až trivializované představení obrazu světa, např. v televizním pořadu *Milionář* je prezentován stav vzdělání na úrovni nevzdělanosti, tudíž tento pořad slouží spíše jako zábavný než vzdělávací. Avšak prokazatelnost tohoto trendu je velmi obtížná. (Jirák, Köpplová, 2009)

V případě monitoringu, kdy rodiče kontrolují dítěti užívání počítačových her, sledování videí a způsob využití médií, se sice snižuje riziko nebezpečí na internetu, ale z pohledu dítěte dochází ke snižování důvěry a narušení soukromí dítěte. (Stašová, Slaninová, Junová, 2015)

U mladších dětí hrozí, že nebudou umět rozeznat fikci od reality a podlehnou realisticky zobrazeným fiktivním příběhům, tak jako by se opravdu staly. Obavy vznikají i kvůli příkladům modelového chování v různých rolích, které televize dětem nabízí. Jedním z předpokládaných účinků médií je nápodoba a změna postoje, tudíž je tu hrozba, že si dítě osvojí nějaký stereotypní zobrazení role či postoje, který mu televize nabízí. (Burton, Jiráček, 2001)

Sledováním mediálního násilí může u jedince dojít ke strachu, obavám či vyvolání násilného nebo agresivního chování (málo pravděpodobné). Z dlouhodobého hlediska hrozí u jedince změny v chování, obavy jedince, že se i on stane obětí násilí, změna v postoji k násilí (pokud se lidé budou často v médiích setkávat s násilím, tak jim bude připadat běžné a přijatelné). (Burton, Jiráček, 2001)

4 EMPIRICKÁ ČÁST

Praktická část je zaměřena na otázky postojů rodičů v dnešní době vůči sledování videí na platformě YouTube dětmi v předškolním věku.

4.1 Cíl výzkumu a stanovení hypotéz

Cílem výzkumu této práce je analyzovat postoje rodičů ke sledování YouTube videí dětmi předškolního věku.

Na základě cíle výzkumu byly vytvořeny tyto výzkumné otázky:

Hlavní výzkumná otázka: Jaké jsou postoje rodičů vůči sledování YouTube videí dětmi v předškolním věku?

Dílčí vo1: Jaké důvody vedou rodiče k tomu, že dovolují dětem sledovat YouTube videa?

Dílčí vo2: Jak se liší míra tolerance rodičů vůči sledování YouTube dětmi v předškolním věku, kteří žijí ve městě oproti rodičům dětí, kteří žijí na vesnici?

Dílčí vo3: Jaká je reakce rodičů dětí v předškolním věku na sledování videí na YouTube?

Dílčí vo4: Jaká je míra tolerance rodičů vůči sledování YouTube dětmi v předškolním věku?

Pro účel výzkumného šetření byly zvoleny v této práci následující hypotézy:

H1: Rodiče s více dětmi spíše umožňují dětem sledovat YouTube videa než rodiče s menším počtem dětí.

H2: Děti žijící na vesnici tráví sledováním YouTube videí méně času než děti žijící ve městě.

H3: Starší rodiče mají více stanovenou dobu, kdy dítě může sledovat videa na platformě YouTube, než mladší rodiče.

H4: Rodiče, kteří mají pozitivní reakci na sledování videí na YouTube dětmi v předškolním věku, spíše tráví svůj volný čas sledováním videí na YouTube s jejich dítětem než rodiče s negativní reakcí na tuto činnost.

Potvrzení či vyvrácení výše zmíněných hypotéz se nachází v kapitole „Analýza výzkumu“.

4.2 Metoda výzkumného šetření

V bakalářské práci je použita metoda kvantitativní. Výzkum byl realizován prostřednictvím dotazníku, který byl distribuován rodičům dětí v předškolním věku.

V pedagogickém výzkumu je velmi častou metodou získávání dat dotazník.

Dotazník je soustava předem připravených otázek, které jsou smysluplně seřazeny a respondent na ně odpovídá písemně. (Chráska, 2016)

P. Gavora ve své publikaci uvádí, že dotazník je „*způsob písemného kladení otázek a získávání písemných odpovědí*“. (Gavora, 2010, s. 121)

Tato metoda je určena především pro hromadné získávání dat. Pomocí dotazníku lze získat velké množství údajů za krátkou dobu. Osoba, která dotazník vyplňuje, se označuje pojmem respondent. Jednotlivé prvky v dotazníku jsou otázky či položky. Každý vhodně zkonstruovaný dotazník má dopředu stanovený cíl. Cíl by měl být dostatečně konkrétní. Při přípravě dotazníku je důležité si umět rozdělit výzkumný problém do několika otázek (okruhů) a dotazník správně strukturovat.

Dotazník má tři hlavní části. Vstupní část obsahuje název a adresu instituce, která dotazník zadává či jméno autora dotazníku, vymezuje cíl výzkumu, pokyny k vyplnění dotazníku a může obsahovat i význam odpovědí od respondenta pro daný výzkum. Druhá část obsahuje otázky a ve třetí části nalezneme poděkování respondentovi za spolupráci. (Gavora, 2010)

Dotazník se skládá z několika částí. Úvodní část se zaměřuje na zjištění základních informací o respondentovi. Další otázky v dotazníku se zaměřují na reakci vůči sledování YouTube videí dětmi v předškolním věku; představy o platformě YouTube; trávení volného času s dětmi; dobu, po kterou děti mohou sledovat videa a stanovený limit na YouTube.

4.3 Výběr výzkumného vzorku

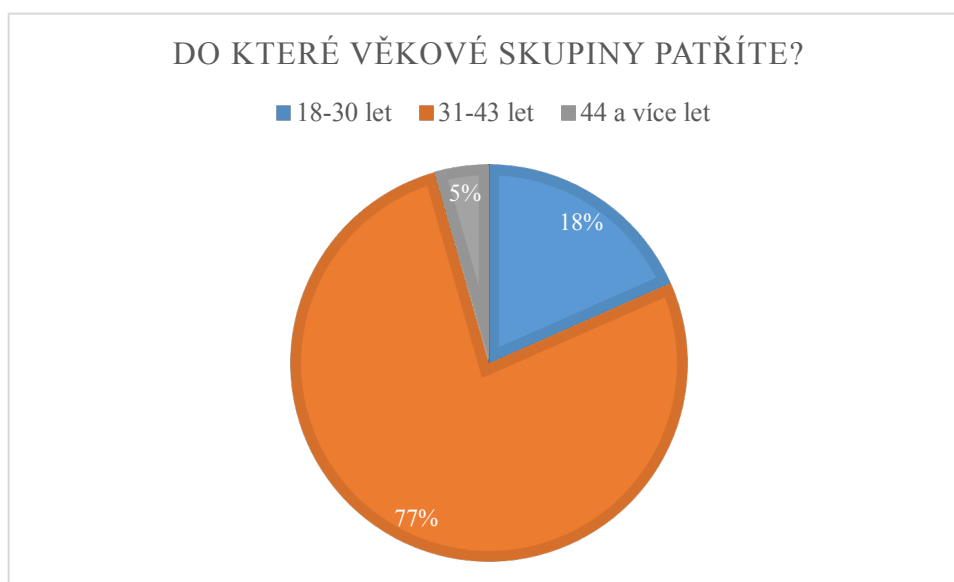
Pro výzkum v této bakalářské práci byl zvolen dostupný výběr. Vzhledem k současné situaci byla využita metoda online dotazování přes webové rozhraní. Dále jsem kontaktovala MŠ v Pardubickém kraji, kde následně paní ředitelky předaly odkaz na vytvořený dotazník rodičům dětí v předškolním věku. Výzkumu se zúčastnilo celkem 136 respondentů. 127 (93 %) z respondentů tvořily ženy a 9 (7 %) z dotazovaných byli muži.

4.4 Výsledky dotazníkového šetření

Forma dotazovaných otázek není stálá. Dotazník obsahuje otevřené, polouzavřené i uzavřené otázky a skládá se z 27 otázek. Odpovědi na otázku č. 1 jsem zaznamenala do výše zmíněné podkapitoly, proto ji níže rozebírat nebudu.

Otázka č. 2: Do které věkové skupiny patříte?

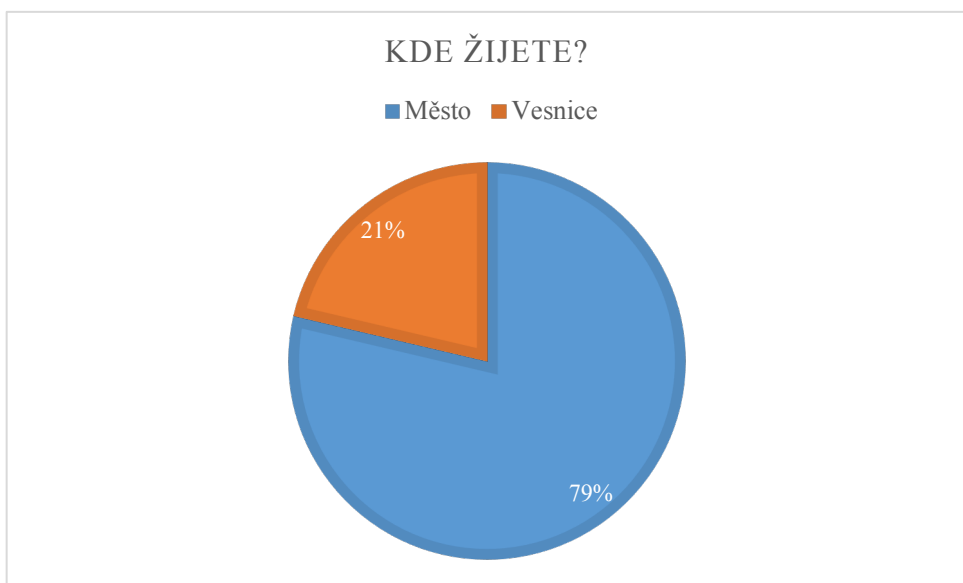
Otázka č. 2 zjišťuje věkovou skupinu respondentů. Z celkového počtu 136 respondentů vyplnilo dotazník 105 respondentů, kteří byli ve věkové kategorii 31–43 (77 %) let. 25 (18 %) respondentů ve věkové kategorii 18-30 let a 6 (5 %) respondentů ve věkové kategorii 44 let a více.



Graf 1 - Věková skupina respondentů

Otázka č. 3: Kde žijete?

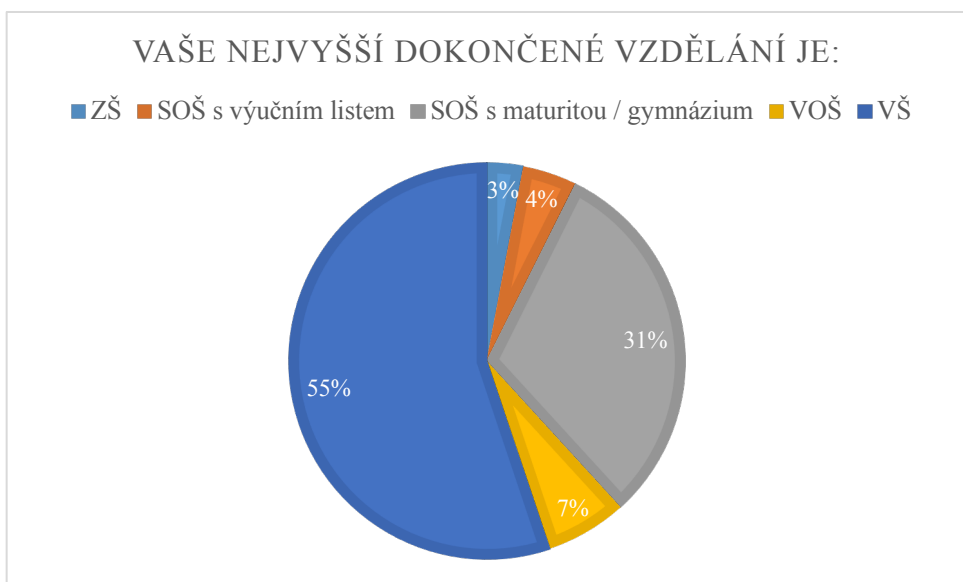
Graf č. 3 znázorňuje bydliště respondentů. 107 (79 %) respondentů bydlí ve městě a 29 (21 %) respondentů na vesnici.



Graf 2 – Bydliště

Otázka č. 4: Vaše nejvyšší dokončené vzdělání je:

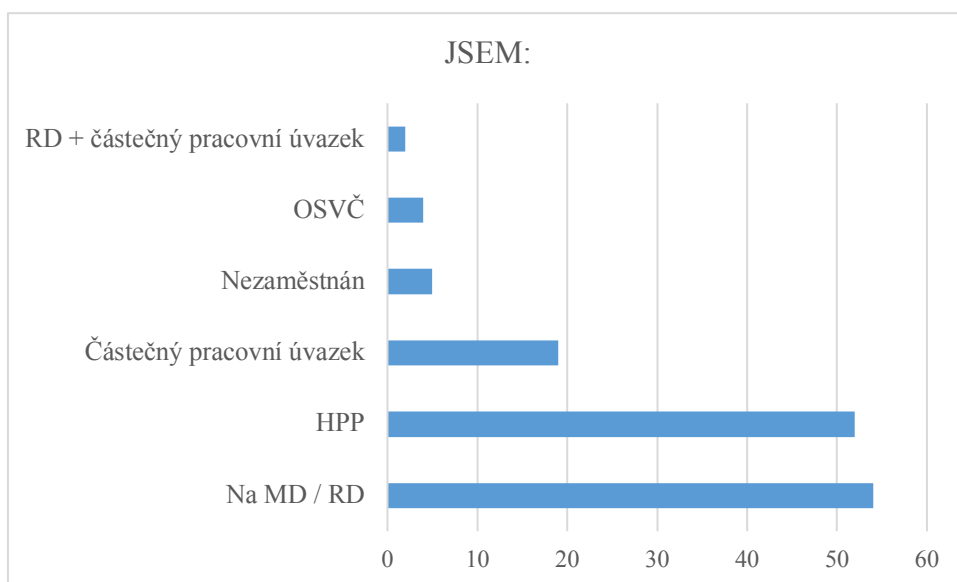
Z grafu vyplývá, že 75 (55 %) respondentů má nejvyšší dokončené vysokoškolské vzdělání, což je více jak polovina z dotazovaných. Následuje střední odborné vzdělání s maturitou/gymnáziem – 42 (31 %) respondentů. Vyšší odborné vzdělání má 9 (7 %) respondentů, Střední odborné vzdělání s výučním listem má 6 (4 %) z dotazovaných a základní vzdělání mají 4 (3 %) respondenti.



Graf 3 – Vzdělání

Otázka č. 5: Jsem:

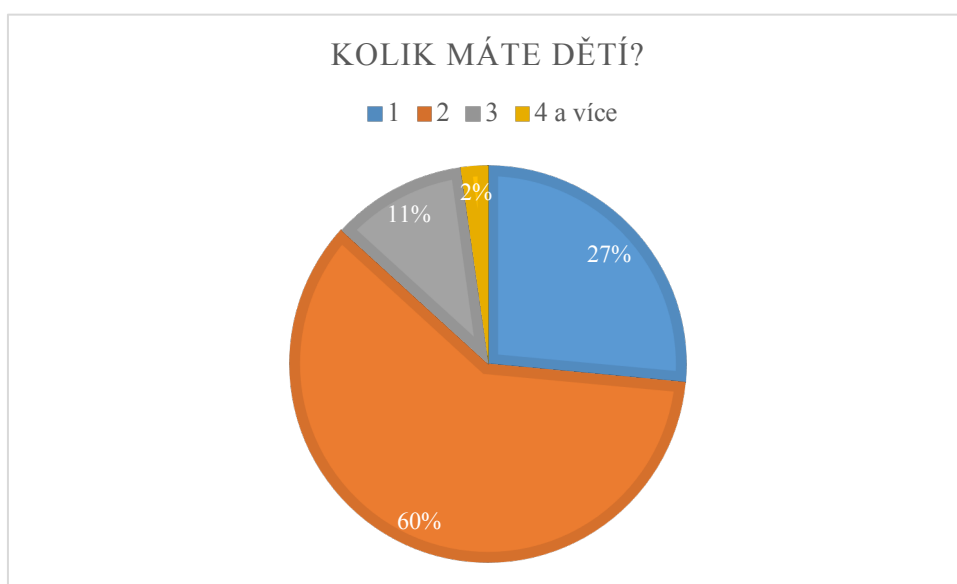
54 (40 %) z dotazovaných uvedlo, že je na mateřské (MD) či rodičovské dovolené (RD). Zaměstnaných na hlavní pracovní poměr je 52 (38 %) respondentů. Na částečný pracovní úvazek pracuje 19 (14 %) respondentů. Nezaměstnaných je 5 (4 %) z dotazovaných. OSVČ jsou 4 (3 %) respondenti a na rodičovské dovolené s částečným pracovním úvazkem jsou 2 (1 %) respondenti.



Graf 4 – Stav

Otázka č. 6: Kolik máte dětí?

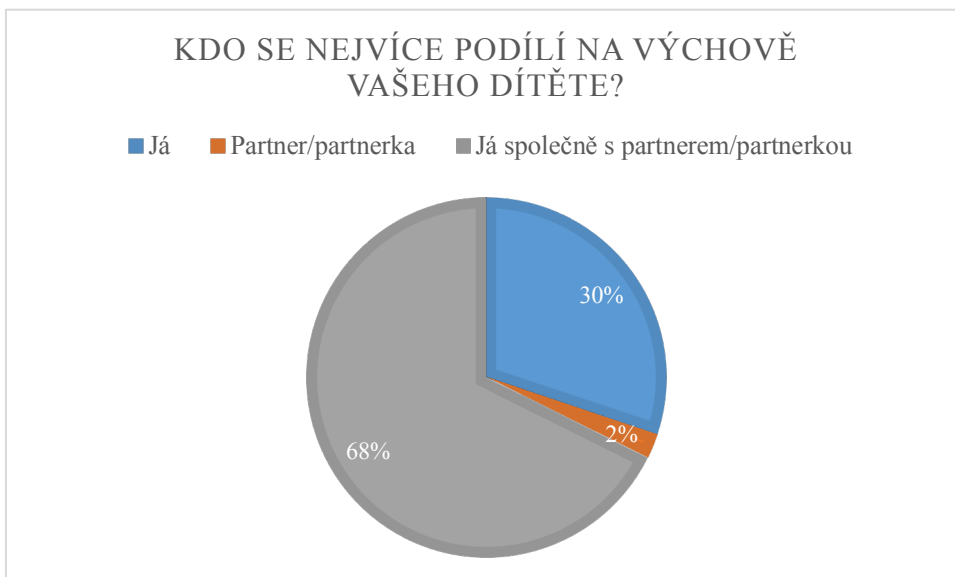
82 (60 %) respondentů uvedlo, že má 2 děti. 36 (27 %) respondentů má jedno dítě. 15 (11 %) z dotazovaných má 3 děti a 3 (2 %) respondenti mají 4 a více dětí.



Graf 5 - Počet dětí

Otázka č. 7: Kdo se nejvíce podílí na výchově Vašeho dítěte?

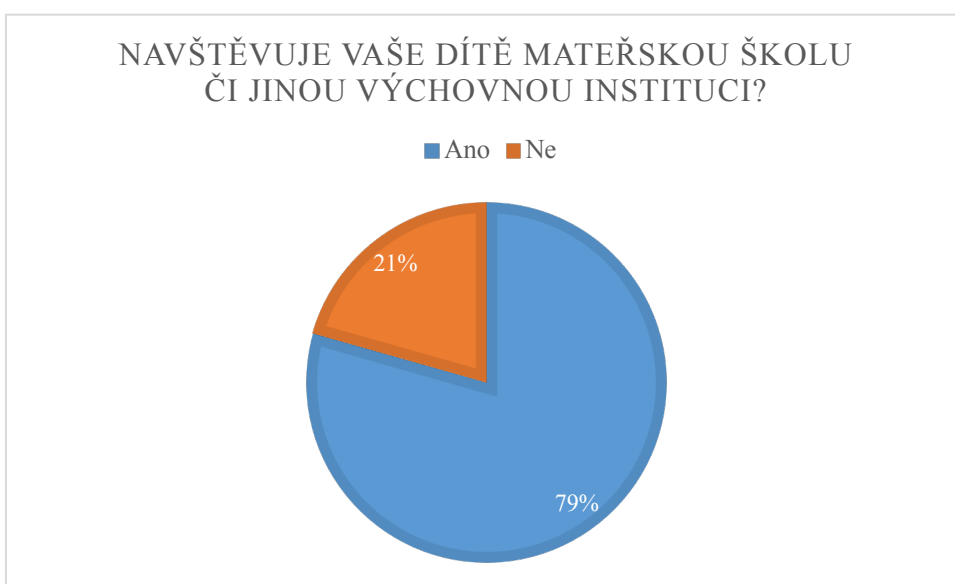
Z této otázky vyšlo najevo, že se na výchově dítěte podílí nejvíce oba partneři – tuto možnost zvolilo 92 (68 %) z odpovídajících. 41 (30 %) respondentů uvedlo možnost „Já“ a 3 (2 %) respondenti uvedli, že se na výchově jejich dítěte podílí nejvíce partner/ka.



Graf 6 - Výchova dítěte

Otázka č. 8: Navštěvuje Vaše dítě mateřskou školu či jinou výchovnou instituci?

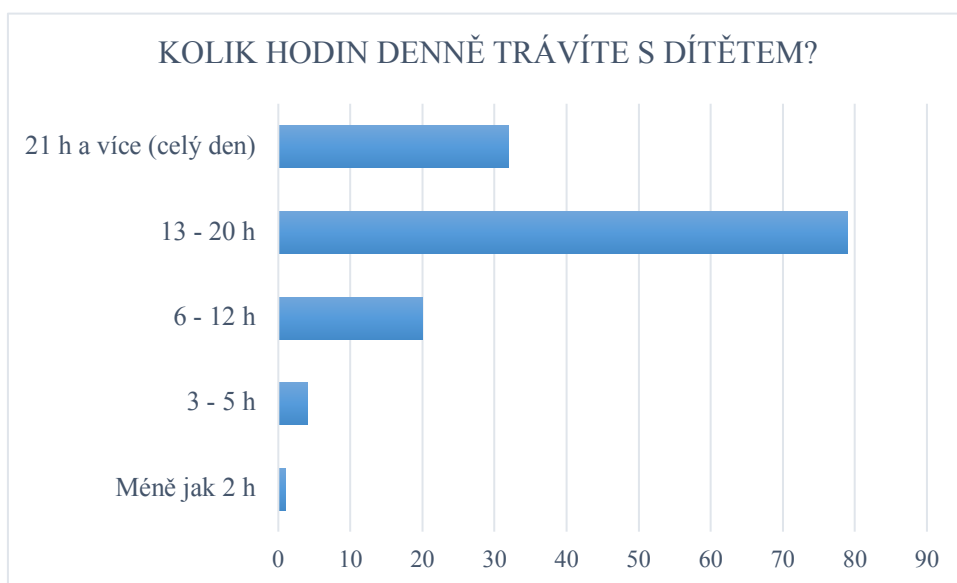
Vyplývalo najevo, že 108 (79 %) dětí navštěvuje mateřskou školu či jinou výchovnou instituci oproti 28 (21 %) dětem, kdy rodiče uvedli, že takovou instituci jejich děti nenavštěvují.



Graf 7 - Výchovná instituce

Otázka č. 9: Kolik hodin denně trávíte s dítětem? (včetně času stráveného spánkem, nakupováním, stravováním, dopravou apod.)

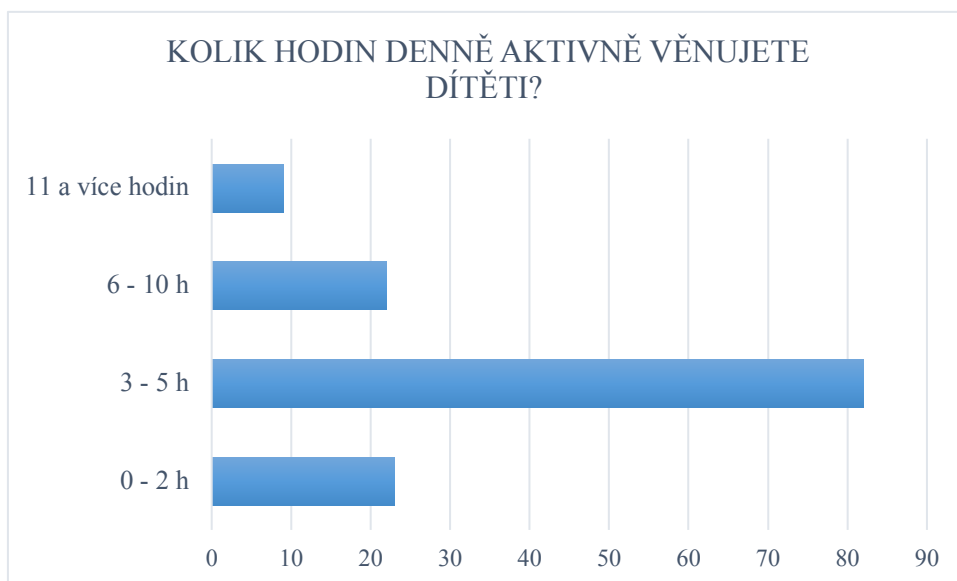
Otázka č. 9 zjišťuje, kolik hodin denně tráví rodič se svým dítětem. Započítává se i část dne, kdy dítě spí, stravuje se nebo s ním rodič nakupuje či cestuje. Vyšlo najevo, že 79 (58 %) respondentů tráví s dítětem 13 – 20 hodin. 32 (23 %) respondentů uvedlo, že s dítětem tráví 21 hodin a více (celý den). 20 (15 %) respondentů je s dítětem. 6 –12 hodin z celého dne, 4 (3 %) respondenti 3 - 5 hodin a méně jak 2 hodiny tráví s dítětem jeden (1 %) respondent.



Graf 8 - Čas strávený s dítětem

Otázka č. 10: Kolik hodin denně aktivně věnujete dítěti? (např. hraje si s ním, čtete knížky, povídáte si, vaříte spolu apod.)

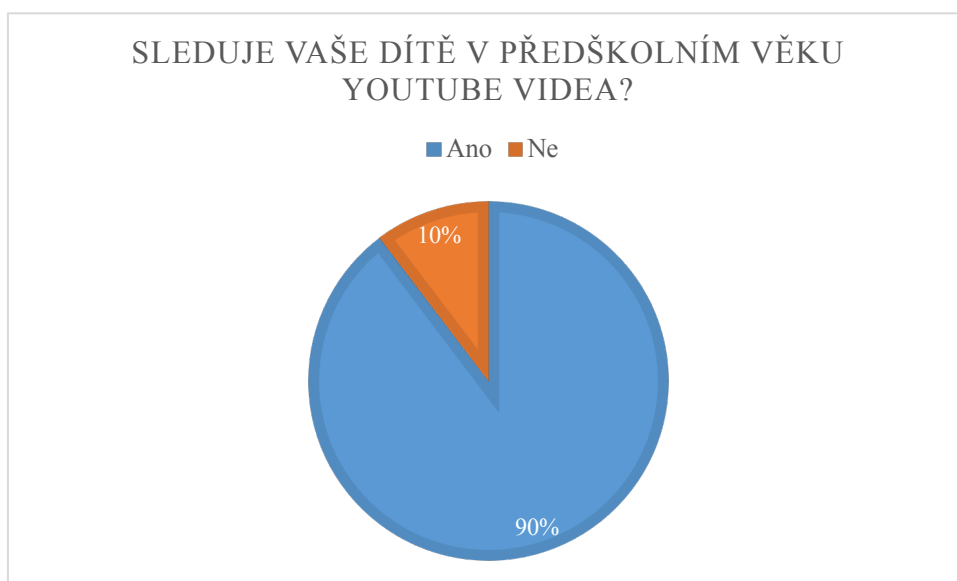
Otázka č. 10 se odlišuje od otázky č. 9 tím, že se respondentů ptá na aktivně strávený volný čas. Započítává se sem hraní s dítětem, vaření, čtení knížky a další aktivity, které rodič uskutečňuje s dítětem. Z grafu je patrné, že 82 (60 %) z dotazovaných rodičů se aktivně věnuje svému dítěti 3 – 5 hodin. 0 – 2 hodiny aktivně tráví se svým dítětem 23 (17 %) respondentů. 22 (16 %) respondentů se aktivně věnuje svému dítěti 6 – 10 hodin a 9 (7 %) odpovídajících zvolilo možnost 11 a více hodin.



Graf 9 - Aktivně strávený čas s dítětem

Otázka č. 11: Sleduje Vaše dítě v předškolním věku YouTube videa?

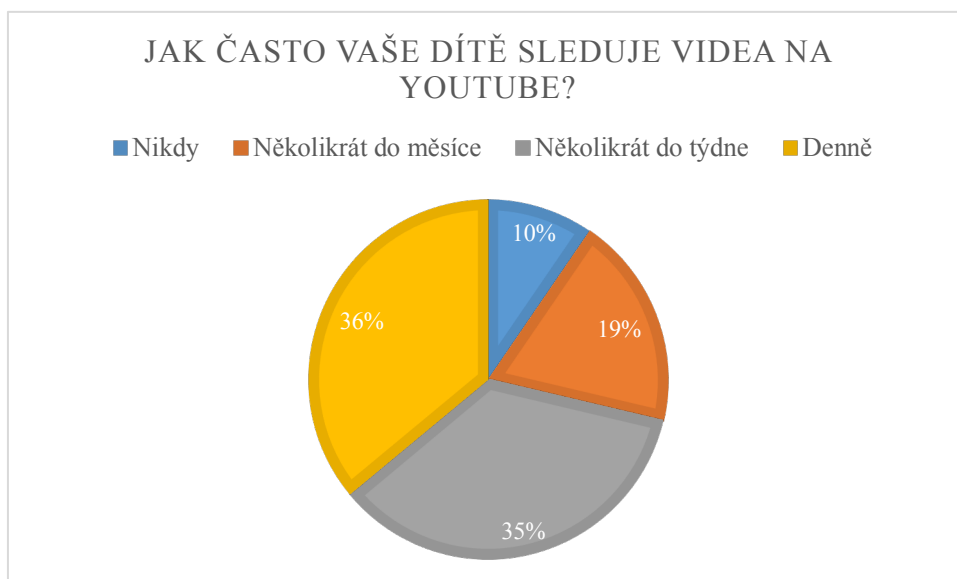
Z grafu je zřejmé, že 122 (90 %) respondentů uvedlo, že jejich dítě sleduje videa prostřednictvím YouTube. Děti čtrnácti (10 %) respondentů YouTube videa nesledují.



Graf 10 - Sledovanost YouTube videí

Otázka č. 12: Jak často Vaše dítě sleduje videa na YouTube?

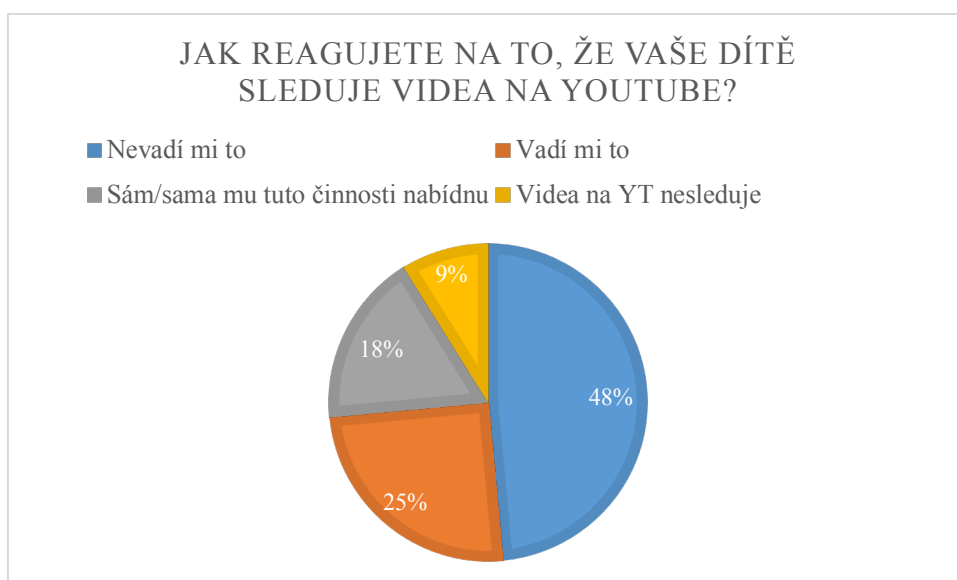
Z grafu lze vyčíst, že 49 (36 %) respondentů uvedlo, že jejich dítě sleduje videa na YouTube každý den. 48 (35 %) respondentů zvolilo možnost několikrát do týdne, 26 (19 %) odpovídajících uvádí, že jejich dítě sleduje videa několikrát do měsíce a 13 (10 %) respondentů zvolilo možnost, že jejich dítě nikdy nesleduje YouTube videa.



Graf 11 - Čas strávený sledováním videí

Otázka č. 13: Jak reagujete na to, že Vaše dítě sleduje videa na YouTube?

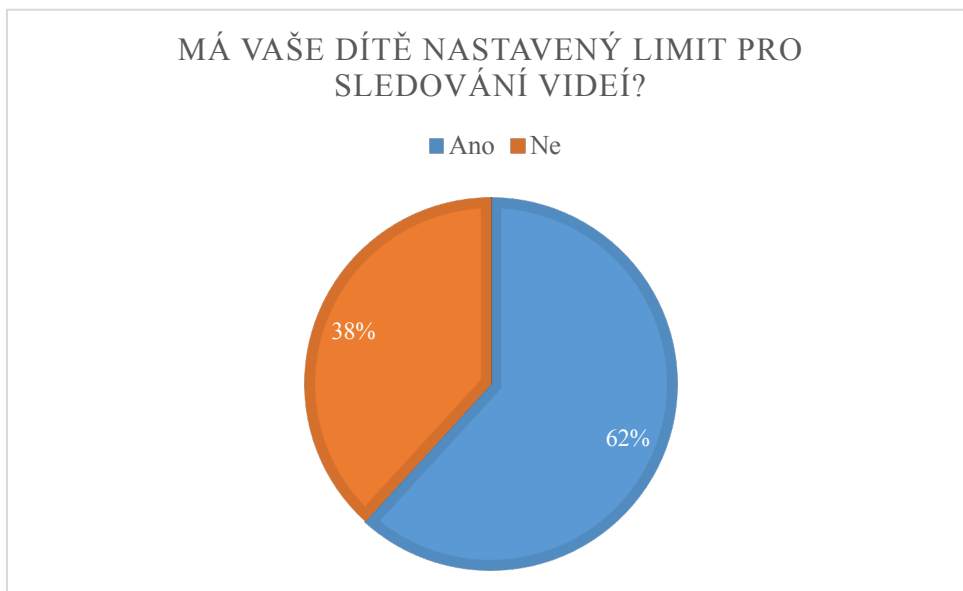
Otázka č. 13 zjišťuje reakci rodičů na sledování YouTube videí dětmi v předškolním věku. Z celkového počtu 136 dotazovaných uvedlo 66 (48 %) respondentů, že jim to nevadí. 34 (25 %) respondentů uvedlo, že jim tato činnost vadí. 24 (18 %) respondentů tuto činnosti dítěti samo nabídne a 12 (9 %) z dotazovaných vybralo možnost, že jejich dítě videa na YouTube nesleduje.



Graf 12 - Reakce rodičů na sledování YouTube videí

Otázka č. 14: Má Vaše dítě nastavený limit pro sledování videí?

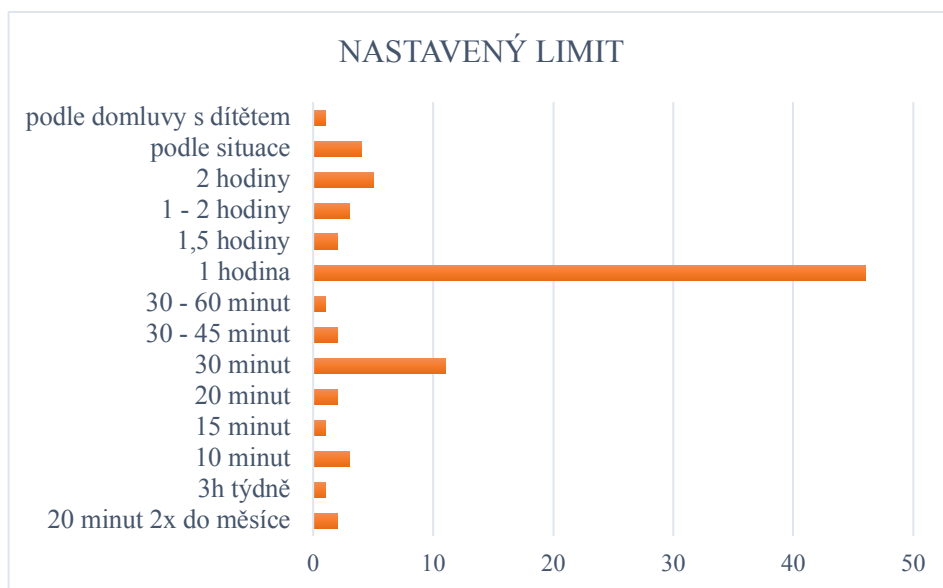
Z tohoto grafu vyplývá, že 84 (62 %) respondentů uvedlo, že jejich dítě má nastavený limit pro sledování videí na platformě YouTube. 52 (38 %) z dotazovaných uvedlo, že nastavený limit nemají.



Graf 13 - Limit na YouTube

Otázka č. 15: Pokud jste v předchozí otázce odpověděl/a ano, napište, na kolik hodin denně má Vaše dítě v předškolním věku nastavený limit.

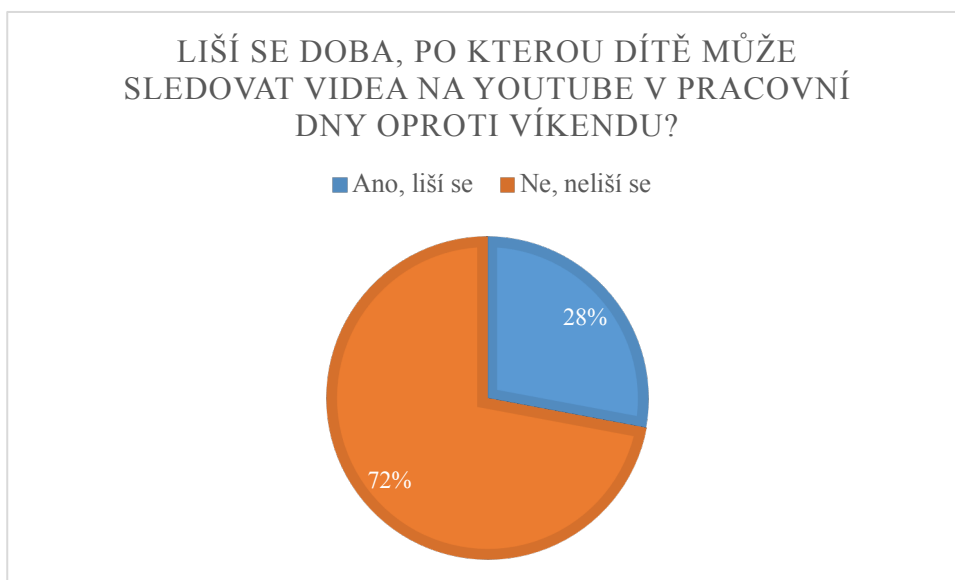
Z grafu lze vyčíst, že nejčastěji mají děti v předškolním věku nastavený limit jedné hodiny pro sledování videí na YouTube. Tuto odpověď napsalo 46 respondentů z 84, což je více jak polovina (55 %).



Graf 14 - Nastavený limit na YouTube

Otázka č. 16: Liší se doba, po kterou dítě může sledovat videa na YouTube v pracovní dny oproti víkendu?

Otázka č. 16 zjišťuje, jestli se liší doba strávená sledováním videí na YouTube ve všední den oproti víkendu. Z grafu vyplývá, že 98 (72 %) respondentů uvedlo, že se oba neliší. 38 (28 %) respondentů zvolilo možnost, že se doba nějakým způsobem liší.



Graf 15 - Sledování videí o víkendu X v pracovní dny

Otázka č. 17: Pokud jste v předchozí otázce odpověděl/a ano, uveďte, jakým způsobem se doba sledování videí liší.

Na tuto otázku odpovědělo 38 respondentů a více jak polovina (27) uvedla, že o víkendu tráví jejich děti na YouTube více času, jelikož o víkendu nechodí do školky.

Otázka č. 18: Proč dovolíte Vašemu dítěti sledovat videa na YouTube? (vyberte max. 3 odpovědi)

Na otázku č. 18 odpovědělo 122 respondentů a měli možnost zvolit více odpovědí (max. 3). 78 (64 %) respondentů uvedlo, že dovolují dětem sledovat YouTube videa, protože dítě na této platformě sleduje pohádky. 54 (44 %) z dotazovaných zvolilo možnost časové vytíženosti kvůli práci v domácnosti či kariéře. 43 (35 %) respondentů uvedlo, že dítěti dovolují sledovat videa z toho důvodu, protože si myslí, že se děti sledováním videí něco nového naučí. 32 (26 %) respondentů zvolilo možnost, že umožní dítěti dělat to, co ho baví. 28 (23 %) z dotazovaných uvedlo, že si chce odpočinout. 16 (13 %) respondentů sleduje videa s dítětem, tudíž vidí, na jaká videa dítě kouká. 3 (3 %) respondentů uvedlo, že jejich dítě prostřednictvím YouTube videa tancuje nebo cvičí. 5

(4 %) respondentů dovolí dětem sledovat YouTube videa, protože si přes tuto platformu pouští písničky nebo koukají na videa v anglickém jazyce a tím si tento jazyk osvojují. 2 (2 %) odpovídajících doplnilo, že na YouTube děti čerpají inspiraci na vyrábění či stavění lega.

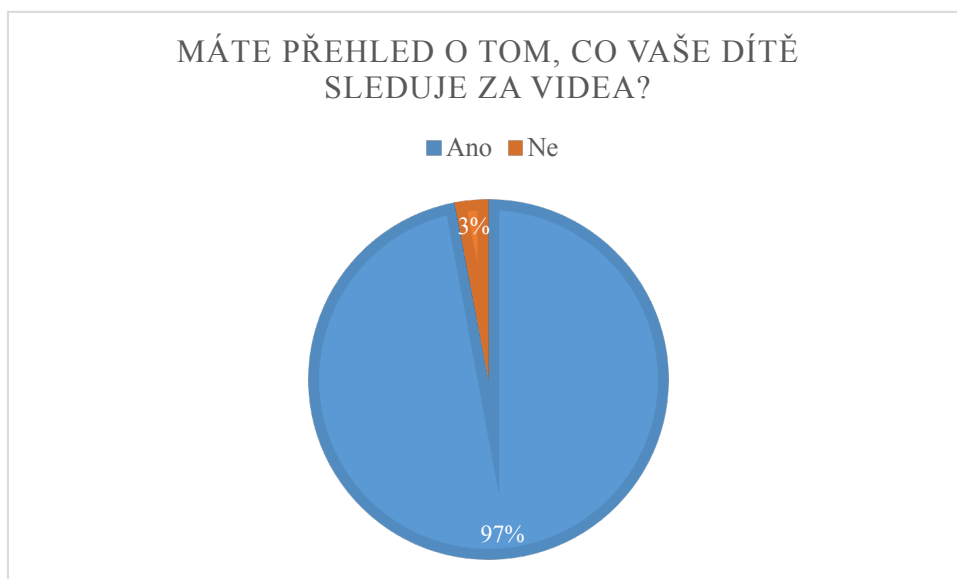
Myslím si, že v současné pandemické době je pro rodiče situace náročná. Musí se starat celý den o děti, jelikož mateřská škola nemůže být v provozu a současně mají např. home office. Odpočinek je důležitou součástí dne a pokud se nejedná o zanedbávání dětí, tak je rozhodně pro obě strany přínosný.



Graf 16 - Důvody sledování videí na YouTube

Otázka č. 19: Máte přehled o tom, co Vaše dítě sleduje za videa?

Z grafu vyplývá, že 132 (97 %) respondentů má přehled o tom, co jejich dítě sleduje za videa a 4 (3 %) o tomto přehled nemá. Je otázkou, zda rodiče opravdu vědí, jaký obsah má dítětem sledované video a v tomto dotazníku si svou odpověď pouze nepřikrášlili.



Graf 17 - Přehled o sledovaných videích

Otázka č. 20: Znáte a používá Vaše dítě YouTube Kids?

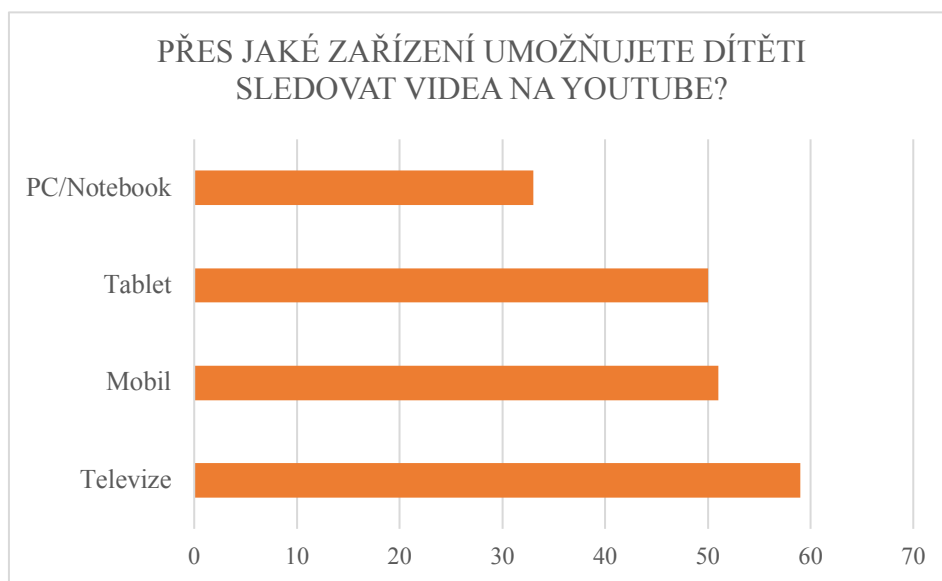
Otázka č. 20 zjišťuje, zda rodiče znají YouTube Kids a zároveň, jestli ho jejich dítě používá. 61 (45 %) respondentů uvedlo, že tuto službu nezná ani ji jejich dítě nepoužívá. 39 (29 %) z odpovídajících YouTube Kids zná, ale dítě službu nepoužívá a 36 (26 %) respondentů YouTube Kids nezná a dítě to nepoužívá.



Graf 18 - YouTube Kids

Otázka č. 21: Přes jaké zařízení umožňujete dítěti sledovat videa na YouTube? (můžete zvolit více odpovědí)

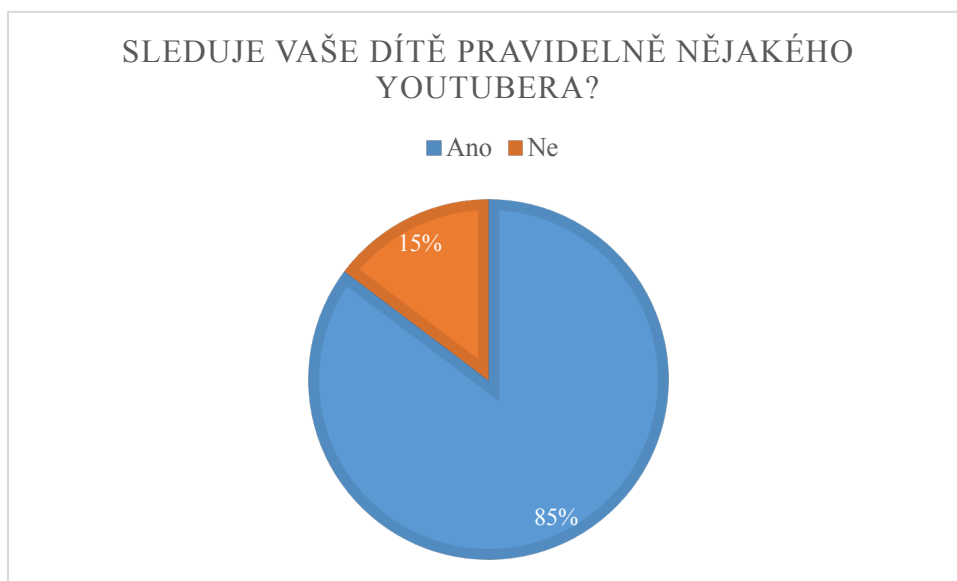
Na tuto otázku odpovědělo 122 respondentů. Měli možnost zvolit více odpovědí. 59 (48 %) respondentů uvedlo, že jejich dítě sleduje videa na YouTube přes televizi. 51 (42 %) z odpovídajících zvolilo možnost, že jejich dítě sleduje videa přes mobil, 50 (41 %) respondentů zaškrtnulo tablet a 33 (27 %) respondentů uvedlo PC či notebook.



Graf 19 - Zařízení ke sledování videí

Otázka č. 22: Sleduje Vaše dítě pravidelně nějakého YouTubera?

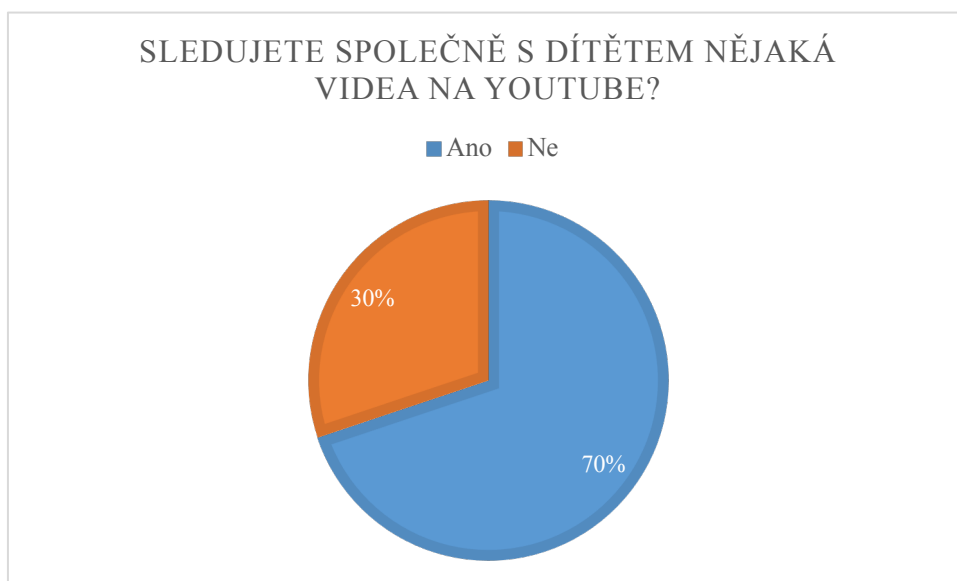
116 (85 %) respondentů uvedlo, že jejich dítě nesleduje pravidelně nějakého YouTubera a 20 (15 %) zvolilo možnost, že jejich dítě pravidelně nějakého YouTubera sleduje. Odpovídající, kteří zvolilo možnost „ano“ měli napsat, jakého YouTubera jejich dítě sleduje. Zmínili YouTubery: Vlad a Niki, Mára v Německu, FIZIstyle, Tary, Diana a Roman, Mccitron, Gaby and Alex, Like Nastya, Lollipopz a ZuzuTV.



Graf 20 – YouTuber

Otázka č. 23: Sledujete společně s dítětem nějaká videa na YouTube?

Otázka č. 23 zjišťuje, zda rodiče sledují videa na YouTube společně s dítětem. 95 (70 %) respondentů uvedlo, že videa sledují společně s dítětem a 41 (30 %) zvolilo možnost, že videa společně nesledují.



Graf 21 - Společné sledování videí

Otázka č. 24: Pokud jste v předchozí otázce odpověděla ano, tak vyberte, jaká videa sledujete:

Na tuto otázku odpovědělo 95 respondentů. Respondenti měli možnost zvolit více odpovědí. Z tabulky lze vyčíst, že nejvíce sledují rodiče s dětmi pohádky, tuto možnost

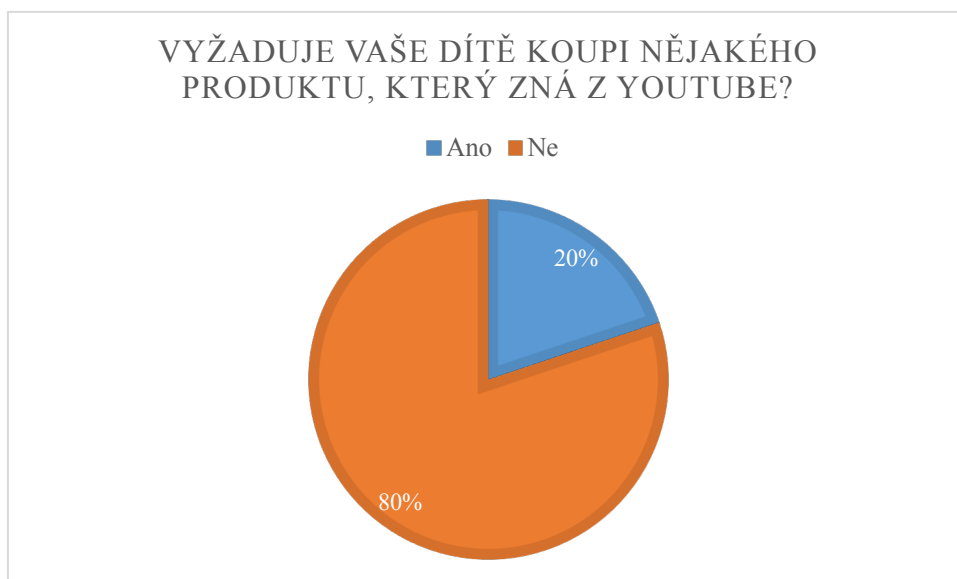
zvolilo 73 (77 %) respondentů. 18 (19 %) respondentů sleduje komediální videa nebo písničky. Následovaly Let's play videa a inspirativní videa. 5 respondentů zvolilo možnost videa z událostí, nachytávky (pranky) a anglicky edukativní videa. 4 z odpovídajících vybrali možnost dokumenty a 3 respondenti výzvy (challenge). Sport, videa o kosmetice a módě a unboxing videa vybrali 2 respondenti a audio knihy napsal do možnosti „jiné“ 1 respondent.

Pohádky	73	76,8 %
Komediální videa	18	18,9 %
Písničky	18	18,9 %
Let's play videa	10	10,5 %
Inspirativní videa	9	9,4 %
Videa z událostí	5	5,2 %
Nachytávky (pranky)	5	5,2 %
Anglicky edukativní	5	5,2 %
Dokumenty	4	4,2 %
Výzvy (challenge)	3	3,3 %
Sport	2	2,2 %
Videa o kosmetice a módě	2	2,2 %
Unboxing videa	2	2,2 %
Audio knihy	1	1,1 %

Tabulka 1 - Sledovaná videa

Otázka č. 25: Vyžaduje Vaše dítě koupi nějakého produktu, který zná z YouTube?

Otázka č. 25 zjišťuje, zda dítě ovlivní YouTuber na tolik, že poté vyžaduje koupi nějakého produktu. 109 (80 %) respondentů uvedlo, že jejich dítě koupi produktu, který zná z YouTube, nevyžaduje. 27 (20 %) z odpovídajících má dítě, které vyžaduje koupi nějakého produktu, který zná z prostředí YouTube.



Graf 22 - Produkty z YouTube

Otázka č. 26: Jak byste reagoval/a na to, kdyby Vaše dítě v předškolním věku chtělo natáčet videa na YouTube?

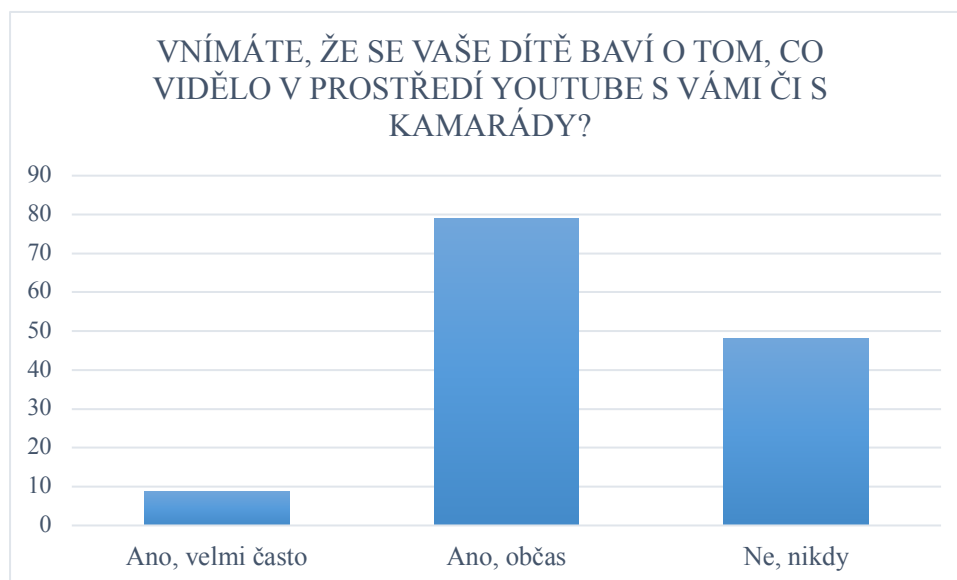
Z grafu vyplývá, že nejčastější reakcí by byla snaha vysvětlit dítěti, že je na to ještě malé. Tuto možnost zvolilo 86 (63 %) respondentů. 34 (25 %) respondentů odpovědělo, že by mu tuto činnost zakázali. 8 (6 %) respondentů by v natáčení videí děti podporovali. 5 (4 %) respondentů si nyní nedokáže představit, jak by reagovali. Jeden respondent by videa nezveřejnil, 1 z odpovídajících by zohlednil, jaké téma by si dítě zvolilo a jednomu respondentovi by to bylo jedno.



Graf 23 - Reakce na natáčení videí

Otázka č. 27: Vnímáte, že se Vaše dítě baví o tom, co vidělo v prostředí YouTube s Vámi či s kamarády?

79 (58 %) respondentů vnímá, že jejich dítě občas hovoří o tom, co vidělo v prostředí YouTube. 48 (35 %) respondentů uvádí, že se s tímto u svého dítěte nikdy nesešlo a 9 (7 %) z odpovídajících uvádí, že toto vnímají velmi často.



Graf 24 - Komunikace o YouTube

4.5 Analýza výzkumu

Prostřednictvím dotazníkového šetření byla provedena analýza výzkumu. K testování hypotéz nejsou využity složitější statistické postupy. Dostupná data tedy spíše naznačují, zda by mezi proměnnými mohla být souvislost. To by poté bylo nutné ještě statisticky ověřit.

H1: Rodiče s více dětmi spíše umožňují dětem sledovat YouTube videa než rodiče s menším počtem dětí.

Tabulka zobrazuje počet dětí respondentů a četnost sledování YouTube videí dětmi v předškolním věku.

Počet dětí	Denně	Několikrát do týdne	Několikrát do měsíce	Nikdy
1	33 %	39 %	14 %	14 %
2	39 %	29 %	22 %	10 %
3	26,5 %	47 %	26,5 %	0 %
4 a více	33 %	67 %	0 %	0 %

Tabulka 2 – Hypotéza 1: počet dětí X četnost sledování YouTube videí

Rozdíl mezi rodiči s jedním dítětem a dvěma dětmi v umožnění sledování videí na YouTube není tak veliký, ovšem rodiče s 2 dětmi více umožňují dětem sledovat

YouTube denně. Z tabulky vyplývá, že rodiče, kteří mají více jak dvě děti umožňují dětem sledovat videa, žádný respondent v této kategorii neodpověděl, že by jeho dítě videa nikdy nesledovalo. Rodiče, kteří mají 4 a více dětí, tak dítěti v předškolním věku umožňují sledovat videa denně či několikrát do týdne. Bylo by tedy možné předpokládat potvrzení hypotézy.

H2: Děti žijící na vesnici tráví sledováním YouTube videí méně času než děti žijící ve městě.

Níže uvedená tabulka zobrazuje bydliště respondentů a trávení volného času dětí sledováním YouTube videí.

Bydliště	Denně	Několikrát do týdne	Několikrát do měsíce	Nikdy
Město	35 %	37 %	20, 5 %	7, 5 %
Vesnice	41 %	28 %	14 %	17 %

Tabulka 3 – Hypotéza 2: bydliště respondentů X četnost sledování YouTube videí

Na základě zjištěných dat z tohoto výzkumu se zdá, že mezi místem bydliště a trávením volného času dětí sledováním YouTube videí pravděpodobně není souvislost. Na vesnici i ve městě je skupina dětí, která tráví více času sledováním videí na YouTube i skupina dětí, která touto činností příliš času netráví či videa nesleduje vůbec.

H3: Starší rodiče mají více stanovenou dobu, kdy dítě může sledovat videa na platformě YouTube, než mladší rodiče.

Tabulka č. 4 zobrazuje věkovou skupinu respondentů a to, jestli děti respondentů mají nastavený časový limit na YouTube.

Věk	Limit ANO	Limit NE
18 - 30	56 %	44 %
31 - 43	64 %	36 %
44 a více	50 %	50 %

Tabulka 4 – Hypotéza 3: věková skupina X časový limit na YouTube

Podle dat z výzkumu k této bakalářské práci mají stanovený limit nejvíce děti, kteří mají rodiče ve věku 31 – 43 let. Věková kategorie 18 – 30 let a 44 let a více je v obou sloupcích velice vyrovnaná, tudíž tato hypotéza nemůže být potvrzena.

H4: Rodiče, kteří mají pozitivní reakci na sledování videí na YouTube dětmi v předškolním věku, spíše tráví svůj volný čas sledováním videí na YouTube s jejich dítětem než rodiče s negativní reakcí na tuto činnost.

Tabulka vztahující se k hypotéze č. 4 zobrazuje reakci rodičů na sledování YouTube videí dětmi v předškolním věku (levý sloupec) a společné trávení volného času sledováním těchto videí. První sloupec vymezuje danou reakci rodičů na sledování YouTube videí, prostřední sloupec, zda rodiče sledují společně videa s jejich dětmi a poslední sloupec zobrazuje rodiče, kteří s dětmi videa nesledují.

Reakce	Společně sledujeme videa	Nesledujeme
Vadí mi to	65 %	35 %
Nevadí mi to	76 %	24 %
Sám mu tuto činnost nabízím	79 %	21 %
Videa nesleduje	33 %	64 %

Tabulka 5 – Hypotéza 4: reakce rodičů vůči sledování YouTube videí X společné trávení času na YT

Respondenti, kteří reagovali na sledování videí dětmi pozitivně – nevadí mi to, tak z celkového počtu 66 respondentů, kteří zvolili tuto možnost, 50 (76 %) uvedlo, že sleduje videa s dítětem. Respondenti, kteří dítěti sami tuto činnosti nabízí, převážně také videa sledují (79 %). Odpovídající, kteří zvolili možnost, že jim vadí, když jejich děti tráví čas sledováním videí, odpovídali různě. 65 % jich uvedlo, že videa s dětmi sledují a 35 % respondentů videa s dětmi nesleduje. Zdá se, že by mezi těmito dvěma proměnnými mohla být souvislost.

ZÁVĚR

Bakalářská práce se skládá ze dvou hlavních částí, z teoretické části a z praktické části. Teoretická část řeší problematiku současné rodiny, rodičovských postojů, médií, platformy YouTube, vývoje dítěte v předškolním věku a dopadu médií na jedince.

Podkladem pro zpracování teoretické části byla odborná literatura a internetové zdroje. V podkapitole metodologie výzkumného šetření je uveden postup, který byl využit pro tvorbu praktické části této bakalářské práce.

Empirické šetření bylo realizováno prostřednictvím dotazníkového šetření, které si kladlo za cíl, zjistit postoje rodičů ke sledování YouTube videí dětmi v předškolním věku. Na základě zjištěných dat byla provedena analýza výzkumu a následně vyhodnocení hypotéz.

Z dotazníkového šetření vyplynuly odpovědi na předem stanovené otázky stanovené v podkapitole stanovení hypotéz. Vyšlo najevo, že 122 (89, 7 %) respondentů z odpovídajících rodičů má dítě, které sleduje videa na YouTube.

Média hrají pro děti významnou roli a taktéž jsou nezbytnou součástí jejich každodenního života. Pro děti v předškolním věku je sledování videí na YouTube zábavou, kterou by měli rodiče kontrolovat především z hlediska bezpečnosti. Média jsou pro děti i zdrojem informací, nápadů a inspirace, což je v období předškolního věku pro děti přínosné.

Některé děti tráví sledováním televize příliš mnoho času, a proto je důležité, aby rodiče vymýšleli dítěti i jiný program, obzvláště v této pandemické době. Psychika u mladších dětí je velice lehce ovlivnitelná, protože se stále vyvíjí. Rodiče by měli dávat dítěti vhodné vzorce chování, které budou děti napodobovat.

V neposlední řadě by bylo dobré zaměřit se na mediální výchovu i v rodinném prostředí, protože technika se stále vyvíjí a děti by tuto problematiku měly ovládat o především se dokázat vyvarovat všem možným rizikům a nebezpečím, které je v online světě může potkat.

Vypracování této bakalářské práce hodnotím jako velice přínosné. Poznatky, které jsem během psaní práce získala jsou pro mě obohacující a ráda je využiji v budoucím životě, při výchově vlastních dětí.

KNIŽNÍ ZDROJE

BLAŽEK, Bohuslav. *Tváří v tvář obrazovce*. Praha: Sociologické nakladatelství, 1995. 199 s. ISBN 80-85850-11-7.

BUERMANN, Uwe. *Jak (pře)žít s médii: příležitosti a hrozby informačního věku a nové úkoly pedagogiky: výzkumná práce Institutu pro pedagogiku a smyslovou a mediální ekologii (IPSUM)*. Hranice: Fabula, 2009. 240 s. ISBN 978-80-86600-58-1.

BURDOVÁ, Eva a TRAXLER, Jan. *Bezpečně na internetu*. Praha: Středočeský kraj ve spolupráci se Vzdělávacím institutem Středočeského kraje (VISK), 2014. 43 s. ISBN 978-80-904864-9-2.

BURTON, Graeme. *Úvod do studia médií*. Brno: Barrister & Principal, 2001. 392 s. ISBN 80-85947-67-6.

ČÁP, Jan. *Psychologie výchovy a vyučování*. Praha: Karolinum, 1993. 415 s. ISBN 80-7066-534-3.

DUNOVSKÝ, Jiří. *Sociální pediatrie: vybrané kapitoly*. Praha: Grada, 1999. 284 s. ISBN 80-7169-254-9.

GAVORA, Peter. *Úvod do pedagogického výzkumu*. Druhé. Brno: Paido, 2010. 261 s. ISBN 978-80-7315-185-0.

GILLERNOVÁ, Ilona, KEBZA, Vladimír a RYMEŠ, Milan. *Psychologické aspekty změn v české společnosti: člověk na přelomu tisíciletí*. Praha: Grada, 2011. 256 s. ISBN 978-80-247-2798-1.

CHRÁSKA, Miroslav. *Metody pedagogického výzkumu: základy kvantitativního výzkumu*. 2., aktualizované vydání. Praha: Grada, 2016. 256 s. ISBN 978-80-247-5326-3.

JIRÁK, Jan, KÖPPLOVÁ, Barbara. *Masová média*. Praha: Portál, 2009. 392 s. ISBN 978-80-7367-466-3.

JIRÁK, Jan, KÖPPLOVÁ, Barbara. *Média a společnost: Stručný úvod do studia médií a mediální komunikace*. Praha: Portál, 2003. 207 s. ISBN 80-7178-679-7.

KOŤA, Jaroslav, TRPIŠOVSKÁ, Dobromila a VACÍNOVÁ, Marie. *Sociální psychologie: vybrané kapitoly*. Vyd. 2., rozš. a přeprac. Praha: Univerzita Jana Amose Komenského Praha, 2013. 176 s. ISBN 978-80-7452-029-7.

KRAUS, Blahoslav, POLÁČKOVÁ, Věra. *Člověk – prostředí – výchova: K otázkám sociální pedagogiky*. Brno: Paido, 2001. 199 s. ISBN 80-731-5004-2.

KRAUS, Blahoslav. *Základy sociální pedagogiky*. Praha: Portál, 2008. 216 s. ISBN 978-80-7367-383-3.

KUNCZIK, Michael. *Základy masové komunikace*. Praha: Karolinum, 1995. 307 s. ISBN 80-7184-134-X.

LANGMEIER, Josef, KREJČÍŘOVÁ, Dana. *Vývojová psychologie*. Třetí. Praha: Grada, 1998. 368 s. Psyché (Grada). ISBN 80-716-9195-X.

MATĚJČEK, Zdeněk. *Co, kdy a jak ve výchově dětí*. Vyd. 4. Praha: Portál, 2007. 144 s. Rádci pro rodiče a vychovatele. ISBN 978-80-7367-325-3.

MATĚJČEK, Zdeněk. *Prvních 6 let ve vývoji a výchově dítěte: normy vývoje a vývojové milníky z pohledu psychologa: základní duševní potřeby dítěte: dítě a lidský svět*. Praha: Grada, 2005. 182 s. ISBN 978-80-247-0870-6.

MERTIN, Václav, GILLERNOVÁ, Ilona. *Psychologie pro učitelky mateřské školy*. Druhé. Praha: Portál, 2010. 248 s. ISBN 978-80-7367-627-8.

MICHALOVÁ, Zdeňka. *Předškolák s problémovým chováním: projevy, prevence a možnosti ovlivnění*. Praha: Portál, 2012. 168 s. ISBN 978-80-262-0182-3.

PAVLÍČEK, Antonín. *Nová média a sociální síť*. Praha: Oeconomica, 2010. 182 s. ISBN 978-80-245-1742-1.

SCHELLMANN, Bernhard, GAIDA, Peter, GLÄSER, Martin a KEGEL, Thomas. *Média: základní pojmy, návrhy, výroba*. Praha: Europa-Sobotáles, 2004. 482 s. ISBN 80-867-0606-0.

STAŠOVÁ, Leona, SLANINOVÁ, Gabriela a JUNOVÁ, Iva. *Nová generace: vybrané aspekty socializace a výchovy současných dětí a mládeže v kontextu medializované*

společnosti. Hradec Králové: Gaudeamus, 2015. 212 s. Recenzované monografie. ISBN 978-80-7435-567-7.

VÁGNEROVÁ, Marie. *Vývojová psychologie: Dětství, dospělost, stáří*. Praha: Portál, 2000. 531 s. ISBN 80-717-8308-0.

ELEKTRONICKÉ ZDROJE

PAPADAMOU, Kostantinos et al. Disturbed YouTube for Kids: Characterizing and Detecting Inappropriate Videos Targeting Young Children. *Computer Science* [online]. 2019, , 13 [cit. 2021-03-20]. Dostupné z: <https://arxiv.org/pdf/1901.07046.pdf>

Svět reklamy. Škola médií [online]. Praha: Vyšší odborná škola publicistiky, 2020 [cit. 2021-03-20]. Dostupné z: <https://www.skolamedii.cz/metodicky-material/svet-reklamy/>

ŠŤASTNÁ, Lucie, Radim WOLÁK a Klára CIGÁNKOVÁ. Mediální výchova v rodině: postoje a přístupy českých rodičů1. In: *E-pedagogium* [online]. Fakulta sociálních věd UK, 2014. Dostupné z: https://e-pedagogium.upol.cz/pdfs/epd/2014/01/08.pdf?fbclid=IwAR2NYL0m5HOfSq-2nmENWriXDqPPOMaxCbXHNrpQBY7Y4JJymOCrPmM-U_A

YouTube Kids: Dětský svět učení a zábavy [online]. [cit. 2021-03-19]. Dostupné z: https://www.youtube.com/intl/ALL_cz/kids/

SEZNAM GRAFŮ A TABULEK

Seznam grafů:

Graf 1 - Věková skupina respondentů	32
Graf 2 – Bydliště.....	33
Graf 3 – Vzdělání.....	33
Graf 4 – Stav.....	34
Graf 5 - Počet dětí.....	34
Graf 6 - Výchova dítěte.....	35
Graf 7 - Výchovná instituce	35
Graf 8 - Čas strávený s dítětem	36
Graf 9 - Aktivně strávený čas s dítětem.....	37
Graf 10 - Sledovanost YouTube videí	37
Graf 11 - Čas strávený sledováním videí.....	38
Graf 12 - Reakce rodičů na sledování YouTube videí.....	38
Graf 13 - Limit na YouTube.....	39
Graf 14 - Nastavený limit na YouTube.....	39
Graf 15 - Sledování videí o víkendu X v pracovní dny	40
Graf 16 - Důvody sledování videí na YouTube	41
Graf 17 - Přehled o sledovaných videích	42
Graf 18 - YouTube Kids	42
Graf 19 - Zařízení ke sledování videí	43
Graf 20 – YouTuber.....	44
Graf 21 - Společné sledování videí.....	44
Graf 22 - Produkty z YouTube.....	46
Graf 23 - Reakce na natáčení videí.....	46
Graf 24 - Komunikace o YouTube	47

Seznam tabulek:

Tabulka 1 - Sledovaná videa	45
Tabulka 2 – Hypotéza 1: počet dětí X četnost sledování YouTube videí.....	47
Tabulka 3 – Hypotéza 2: bydliště respondentů X četnost sledování YouTube videí.....	48
Tabulka 4 – Hypotéza 3: věková skupina X časový limit na YouTube.....	48
Tabulka 5 – Hypotéza 4: reakce rodičů vůči sledování YouTube videí X společné trávení času na YT.....	49

PŘÍLOHY

Příloha A: Dotazník

Postoje rodičů ke sledování YouTube videí dětmi v předškolním věku

Dobrý den,

Jmenuji se Pavlína Pošvářová a jsem studentkou 3. ročníku oboru Sociální pedagogika se zaměřením na výchovnou práci v etopedických zařízeních na Pedagogické fakultě Univerzity v Hradci Králové. Pro svoji bakalářskou práci jsem si zvolila téma: „Postoje rodičů ke sledování YouTube videí dětmi v předškolním věku“. Z tohoto důvodu se na Vás obracím s prosbou o vyplnění dotazníku. Dotazník je zcela anonymní a získaná data budou použita pouze pro zpracování mé bakalářské práce.

Za vyplnění dotazníku Vám předem děkuji.

Pavlína Pošvářová

Email: posvapa1@uhk.cz

1. Jaké je Vaše pohlaví?

- a) Muž
- b) Žena

2. Do které věkové skupiny patříte?

- a) 18- 30
- b) 31 – 43
- c) 44 a více

3. Kde žijete?

- a) Město
- b) Vesnice

4. Vaše nejvyšší dokončené vzdělání je:

- a) Základní
- b) Střední odborné vzdělání s výučním listem
- c) Střední odborné vzdělání s maturitou/gymnázium
- d) Vyšší odborné vzdělání
- e) Vysokoškolské vzdělání

5. Jste:

- a) Na mateřské dovolené
- b) Nezaměstnán/a
- c) Pracuji na částečný pracovní úvazek
- d) Zaměstnán/a na HPP
- e) OSVČ

f) Jiné:.....

6. Kolik máte dětí?

- a) 1
- b) 2
- c) 3
- d) 4 a více

7. Kdo se nejvíce podílí na výchově Vašeho dítěte?

- a) Já
- b) Partner/partnerka
- c) Já společně s partnerem/partnerkou
- d) Prarodiče dítěte
- e) Sourozenec dítěte
- f) Jiné:.....

8. Navštěvuje Vaše dítě mateřskou školu či jinou výchovnou instituci?

- a) Ano
- b) ne

9. Kolik hodin denně trávíte s dítětem? (včetně času stráveného spánkem, nakupováním, stravováním, dopravou apod.)

- a) Méně jak 2 hodiny
- b) 2–6 hodin
- c) 6 – 12 hodin
- d) 12 – 20 hodin
- e) Celý den

10. Kolik hodin denně aktivně věnujete dítěti? (např. hraje si s ním, čtete knížky, povídáte si, vaříte spolu apod.)

- a) 0 - 2 hodiny
- b) 3 – 5 hodin
- c) 6 – 10 hodin
- d) 11 a více hodin

11. Sleduje Vaše dítě v předškolním věku YouTube videa?

- a) Ano
- b) Ne

12. Jak často Vaše dítě sleduje videa na YouTube?

- a) Nikdy
- b) Několikrát do týdne
- c) Několikrát do měsíce
- d) Denně

13. Jak reagujete na to, že Vaše dítě sleduje videa na YouTube?

- a) Nevadí mi to

- b) Vadí mi to
- c) Sám/sama mu tuto činnost nabídnu
- d) Videá na YouTube nesleduje

14. Má Vaše dítě nastavený limit pro sledování videí?

- a) Ano
- b) Ne

15. Pokud jste v předchozí otázce odpověděl/a ano, napište, na kolik hodin denně má Vaše dítě v předškolním věku nastavený limit.

.....

16. Liší se doba, po kterou dítě může sledovat videa na YouTube v pracovní dny oproti víkendu?

- a) Ano, liší se
- b) Ne, neliší

17. Pokud jste v předchozí otázce odpověděl/a ano, uveďte, jakým způsobem se doba sledování videí liší:

.....

18. Proč dovolíte Vašemu dítěti sledovat videa na YouTube? (zakroužkujte max. 3 odpovědi)

- a) Časová vytíženost (např. domácí práce či kariéra)
- b) Umožním mu dělat to, co ho baví
- c) Chci si odpočinout
- d) Sleduji videa s dítětem
- e) Myslím si, že se tam dítě něco nového naučí
- f) Sleduje pohádky
- g) Jiný důvod:.....

19. Máte přehled o tom, co Vaše dítě sleduje za videa?

- a) Ano
- b) Ne

20. Znáte a používáte YouTube kids?

- a) Ano, znám a používá
- b) Zním, ale nepoužívá
- c) Ne, neznám ani nepoužívá

21. Přes jaké zařízení umožňujete dítěti sledovat videa na YouTube? (zakroužkujte více odpovědí)

- a) Tablet
- b) Počítač/Notebook
- c) Televize
- d) Mobil

e) Jiné:.....

22. Sleduje Vaše dítě pravidelně nějakého YouTubera?

a) Ano

b) Ne

23. Sledujete společně s dítětem nějaká videa na YouTube?

a) Ano

b) Ne

24. Pokud jste v předchozí otázce odpověděla ano, tak zakroužkujte, jaká videa sledujete:

a) Vlogy

b) Komedialní videa

c) Let's play videa

d) Výzvy (Challenge)

e) Unboxing videa

f) Videa o kosmetice a módě

g) Videa z událostí

h) Nachytávky (Pranky)

i) Pohádky

j) Jiné:....

25. Vyžaduje Vaše dítě koupit nějakého produktu, který zná z YouTube?

a) Ano

b) Ne

26. Jak byste reagoval/a na to, kdyby Vaše dítě v předškolním věku chtělo natáčet videa na YouTube?

a) Podporoval/a bych ho v tom

b) Zakázal/a bych mu to

c) Bylo by mi to jedno

d) Snažil bych se mu vysvětlit, že je na to ještě malá/ý

e) Jiné:.....

27. Vnímáte, že se Vaše dítě baví o tom, co vidělo v prostředí YouTube s Vámi či s kamarády?

a) Ano, velmi často

b) Ano, občas

c) Ne, nikdy