



Pedagogická
fakulta
Faculty
of Education

Jihočeská univerzita
v Českých Budějovicích
University of South Bohemia
in České Budějovice

Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích

Pedagogická fakulta

Katedra pedagogiky a psychologie

Bakalářská práce

Média v životech předškolních dětí

Vypracovala: Simona Krajíčková

Vedoucí práce: Mgr. Veronika Plachá, Ph.D.

České Budějovice 2020

PROHLÁŠENÍ

Prohlašuji, že jsem svoji bakalářskou práci vypracovala samostatně pouze s použitím pramenů a literatury uvedených v seznamu citované literatury. Prohlašuji, že v souladu s § 47b zákona č. 111/1998 Sb. v platném znění souhlasím se zveřejněním své bakalářské/diplomové práce, a to v nezkrácené podobě, elektronickou cestou ve veřejně přístupné části databáze STAG provozované Jihočeskou univerzitou v Českých Budějovicích na jejích internetových stránkách, a to se zachováním mého autorského práva k odevzdanému textu této kvalifikační práce. Souhlasím dále s tím, aby toutéž elektronickou cestou byly v souladu s uvedeným ustanovením zákona č. 111/1998 Sb. zveřejněny posudky školitele a oponentů práce i záznam o průběhu a výsledku obhajoby kvalifikační práce. Rovněž souhlasím s porovnáním textu mé kvalifikační práce s databází kvalifikačních prací Theses.cz provozovanou Národním registrem vysokoškolských kvalifikačních prací a systémem na odhalování plagiátů.

V Českých Budějovicích dne

Simona Krajíčková

PODĚKOVÁNÍ

Děkuji vedoucí práce Mgr. Veronice Plaché, Ph.D. za obětavost, podporu, rady a metodické vedení práce. Také paní učitelkám v mateřské škole, kde byl výzkum prováděn a rodičům za vyplnění dotazníků.

ABSTRAKT

Bakalářská práce se zabývá tématem médií a tím, jak média zasahují do života dětí. Teoretická část se zaměřuje na to, co média jsou, co lidem přináší a jaký vliv na ně a jejich chování mají. Seznamuje nás s funkcemi médií a několika pojmy z tohoto oboru. Cílem praktické části je zjistit, kolik času tráví děti u televize či s jinými médii, jaký postoj k tomu zaujímají jejich rodiče a také, jakým způsobem se zážitky s médii promítají do námětů her a tvorby těchto dětí. Součástí je dotazníkové šetření u rodičů dětí z jedné třídy, pozorování her a kreseb dětí ve třídě a podrobnější sledování dvou vybraných dětí.

Klíčová slova: média, děti předškolního věku, chování, pohádky, mateřská škola

ABSTRACT

The bachelor thesis deals with the topic of media and how the media interfere with the lives of children. The theoretical part focuses on what the media are, what it brings to people and how they influence them and their behavior. It introduces us to media functions and several terms from this field. The aim of the practical part is to find out how much time children spend on television or with other media, what attitude their parents take and also how the media experiences are reflected in the themes of games and creation of these children. It includes a questionnaire survey of parents of children from one class, observation of games and drawings of children in the classroom and more detailed monitoring of two selected children.

Key words: media, preschool children, behavior, fairy tales, kindergarten

OBSAH

Úvod	8
Teoretická část.....	9
1 MÉDIA, MEDIÁLNÍ GRAMOTNOST A KOMUNIKACE	9
1.1 Média	9
1.1.1 Dělení médií	10
1.1.2 Funkce médií	11
1.2 Mediální gramotnost	12
1.3 Mediální komunikace	13
2 VLIV MÉDIÍ NA OSOBNOST	14
2.1 Rizika a vliv médií	14
2.2 Vliv médií na sociální chování	15
2.2.1 Prosociální chování	16
2.2.2 Antisociální chování	17
3 PŘEDŠKOLNÍ DĚTI A MÉDIA	20
3.1 Média v RVP PV	20
3.2 Děti a televize	21
3.3 Děti a počítač, internet	23
3.3.1 Hraní her	24
3.4 Děti a mobily, tablety	25
3.5 Děti a tištěná média – knihy, časopisy	26
3.6 Vliv reklamy na děti	27
3.6.1 Kýč	29
3.7 Pohádky	29
Praktická část.....	31
4 UVEDENÍ DO METODOLOGIE VÝZKUMU	31
4. 1 Cíl praktické části	31
4. 2 Výzkumné otázky	31
4. 3 Výzkumné metody	31
4. 4 Etika výzkumu	34
4.5 Představení výzkumného souboru	34
5 VÝSLEDKY KVANTITATIVNÍ ČÁSTI VÝZKUMU.....	35
6 VÝSLEDKY KVALITATIVNÍ ČÁSTI VÝZKUMU.....	40
6.1 Honzík (4 roky)	40
6.2 Anička (3 roky)	41

7 ODPOVĚDI NA VÝZKUMNÉ OTÁZKY.....	42
8 ZÁVĚR	44
9 SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY.....	46

Úvod

Média se stala skoro neoddělitelnou součástí naší reality. Bez ohledu na to, zda jsme teprve děti, nebo již dospělí, na nás mají určitý vliv. Ať už jde o televizi, internet, rádio, různé hry, knihy nebo naše mobilní telefony. Kolikrát si už ani nemusíme uvědomovat, co taková média vlastně obnáší, přináší, či naopak, v čem jsou někdy až vykořisťující. Tato bakalářská práce se věnuje tomu, jak dnešní média ovlivňují svět dětí a jaký k nim mají vztah. Sleduje odraz médií v dětské hře, v chování dítěte a ve vztazích s ostatními.

Teoretické část bakalářské práce zpočátku obsahuje informace o médiích, jejich dělení a funkce. Dále seznamuje s mediální gramotností a mediální komunikací, ale také s tím, jaký vliv mají média na osobnost člověka. Velice důležitá část bakalářské práce se věnuje dětem a jejich vztahu k médiím.

Praktická část přináší informace o pozorovaných dětech. Jaká média používají děti nejčastěji? Kolik času tráví u televizních obrazovek? Souhlasí rodiče s tím, aby dítě v předškolním věku vlastnilo mobilní telefon?

Teoretická část

1 MÉDIA, MEDIÁLNÍ GRAMOTNOST A KOMUNIKACE

1.1 Média

To, že jsou média součástí našich životů, již víme. Co to však média přesně jsou a co tento pojem znamená? Slovo médium pochází z latiny a znamená střed, prostředník. Média nám zprostředkovávají komunikaci s druhými lidmi a okolím (Valenta, Brom, Kellerová, 2016). Díky nim získáváme různé informace, které bychom se jinak nedověděli. Mezi média patří televize, rozhlas, internet (sociální sítě, e-mail, YouTube...), počítač a tisk, tedy různé letáky, časopisy, případně knihy. Tento pojem je však širší a obsahuje více podobných přenašečů informací. Média jsou dnes opravdu skoro na každém kroku. Jsou dostupnější a přitažlivější, než dříve (Říčan, Pithartová, 1995).

Technologie a média se vyvíjí docela rychlým tempem. Technický rozvoj umožňuje používání různých elektronických zařízení, díky kterým se žákům a dětem dají přiblížit různé životní události, pravidla, příroda či svět. Média mohou rozvíjet vědomosti, ale i dovednosti dětí. Při manipulaci s nimi si osvojují pracovní metody a návyky, jako třeba bezpečnost při zacházení s přístroji (Stodůlková, Zapletalová, 2011). Přeci jenom je dnešní život obklopen touto technikou a děti se s nimi musí v určité míře naučit pracovat. S médii přichází také různá rizika a nevýhody, o kterých je psáno v jedné z následujících kapitol.

Pokrok, jak již bylo zmíněno, jde rychlým tempem. Různé studie se zabývají používáním médií. Tento výzkum předpokládal, že e-mail bude ve 21. století nejrozšířenějším komunikačním médiem. Více používány byly nakonec SMS. Akademický výzkum má své stále pomalé tempo. Trvá dlouho připravit, financovat, vést a poté zveřejnit nějakou studii. I osud výzkumných projektů podléhá dané době, jelikož lidé mohou danou technologii přestat používat a nastoupí místo ní jiná, nová (Giles, 2012).

Média se podílí na socializaci jednotlivců. Jsou nástrojem k prosazování sociálních norem v moderní společnosti. Dokáží utvářet to, co se člověk dovídá o světě a ovlivňují jeho zdroj myšlenek, názorů a postojů (Jiráček, 2001).

1.1.1 Dělení médií

Dle autorů Valenty, Broma a Kellerové v jejich knize Mediální činnosti v předškolním a mladším školním věku (2016) se dělí média takto:

- Primární média – Jedná se o původní média, která jsou s člověkem již od samého počátku, od pravěku (mimika, gesta, řeč těla, neverbální signály...).
- Sekundární média – Jde o soubor sdílených kódů a konvencí – pravidel (jazyk, řeč, písmo, obraz a další).
- Terciální média – Jedná se o běžná masová média jako je televize, tisk, rozhlas, film, hudební skladby aj.
- Kvartální média – Jsou to média dnešní doby, síťová média (počítač, internet, sociální sítě, e-mail, YT, ...).

V učebnici Pedagogika pro střední školy autorka Stodůlková a Zapletalová (2011) dělí média na:

- tištěná (knihy a tisk)
- elektronická (internet, rozhlas a televize).

Média (technické prostředky) mohou být i didaktická a mohou nás určitým způsobem vzdělávat, jak uvádí též Stodůlková a Zapletalová ve stejné knize.

- Auditivní technika – rozhlas/rádio, magnetofon, ... – mediální technika, která vnímáme sluchem.
- Vizuální technika – například projektor a tabule, plakáty, knihy, učebnice, atlasy, ... - média, která vnímáme zrakem.
- Programové vyučování – různé počítačové programy jako součást řízené výuky.
- Audiovizuální technika – televize, DVD přehrávač, ... - technika vnímaná kombinovaně sluchem i zrakem.
- Prostředí – také výchovný prostředek, nikoli technický. Podílí se na utváření osobnosti dítěte.

1.1.2 Funkce médií

Média, jak uvádí Stodůlková a Zapletalová (2011) splňují hned několik funkcí. Zábavnou, výchovnou i vzdělávací. Přináší nám informace z mnoho oblastí – z vědy, politiky, ekonomie, historie, sportu aj. Přibližují různé životní události a pravidla, a dokonce i celý svět.

- Funkce zábavná – hudební programy, dramatické hry, výtvarné projekty, sportovní přenosy, filmy a seriály, ...
- Funkce informační – zprávy, aktuality a různé komentáře, informace z reálného života, ...
- Funkce výchovná a vzdělávací – nové poznatky a možnosti – alfabetizační kampaně.

Jiráček (2001) zmiňuje v knize Úvod do studia médií tyto funkce.

- Zábavní – nabízejí rozptýlení a zábavu, odvádějí pozornost lidí od vážných problémů z běžného života.
- Informační – předávají informace o světě, pacifikují publikum.
- Politické – dávají lidem přehled o politickém dění, mobilizují veřejné mínění, formují postoje a názory lidí. Mohou plnit propagační funkci.
- Sociální – podílí se na socializaci, nabízejí příklady jednání a vztahů, také představy o společnosti.
- Kulturní – prezentují lidem materiály a informace o naší kultuře.

Média slouží k tomu, aby nám zprostředkovaly různé obsahy (Buermann, 2009). Spojují nás s celým světem, pobaví a přinesou různé informace, zkrátí dlouhou chvíli. Někdy v nich najdeme pořady s různými nápady a radami do života, domácnosti – recepty, zahrádkářství, kutilství aj. Také určitá varování.

1.2 Mediální gramotnost

Stejně, jako se hovoří o čtenářské, matematické či jiné gramotnosti, tak se používá i pojem gramotnost mediální. Gramotnost je soubor určitých kompetenci (znalostí, schopností, ...), které umožňují pracovat v konkrétní činnosti.

„Jde tedy o fungování nezávislé na médiích. Mediálně gramotný člověk rozumí tomu, jak média fungují, a důvodem, proč tak fungují. Je schopen vnímat zprávy, reklamu i zábavu v tomto kontextu, příliš média nepřeceňovat, ale ani nepodceňovat. Má zdravý odstup a špetku opatrné důvěry v to, co mu média říkají“ (Valenta, Brom, Kellerová, 2016, str. 11).

Jednou z podmínek pro rozvoj naší společnosti je právě mediální gramotnost. Jde o kvalitu pohledu, se kterým je člověk schopen přistupovat k médiím (Jiráček, 2001).

Někdy se lidé příliš vžívají do toho, co v médiích vidí, ačkoli se jich to vůbec netýká. Projevuje se jejich empatie. Člověk, který se příliš vciťuje do situace a emocí druhých, může být ovlivněn i tím, co není součástí jeho života. Lidé jsou příběhy oslovováni. Ztotožňují se s hrdiny a spoluprožívají to, co se těmto osobám děje. Pokud je informace například o potopě ve zprávách doplněna příběhem rodiny, která přišla o domov, často tato zpráva vyvolá v lidech vlnu solidarity. Tato solidarita se může projevit v podobě finanční či jiné pomoci. Toho, že se lidé nechají vtáhnout do příběhu mohou však také využít některá masmédiá a tvůrci reklamy (Svobodová, Švejsová, 2011).

Mediálně kompetentní je ten, kdo ovládá technické přístroje a aplikace, dovede je spustit a efektivně používat. Schopnost ovládat techniku je součástí mediální kompetence, ale člověk závislý na televizi v jistém ohledu kompetentní není (Buerman, 2009).

Existují dva pojmy, pomocí kterých se dělí lidé na dvě skupiny podle toho, zda se narodili do světa médií, nebo dříve, než byla média takto rozšířená a učili se s nimi pracovat až v některé části svého života. Nazýváme je digitální domorodci a digitální přistěhovalci (Prensky, 2001).

1.3 Mediální komunikace

Komunikace je proces, do kterého je zapojen ten, kdo informaci podává (zdroj, podavatel), sdělení či text (informace, produkt), který je zakódován a předáván (vysílán) a příjemce (adresát), který tuto informaci přijme, zpracuje (dekóduje), případně pak interpretuje (předává jinak, reaguje) a podává zpětnou vazbu. Kód je nástrojem (prostředek) komunikace. Je to soubor znaků s určitými pravidly pro jeho používání. Těmito kódy a znaky se zabývá sémiotika. Proces mediální komunikace probíhá v okamžiku, kdy některé z médií s publikem komunikuje – něco mu předává. V tomto komunikačním procesu mohou nastat různé problémy, které nazýváme jako šumy. Ty se dělí na mechanické/technické (poruchy – zvuky z okolí, které ruší míru pozornosti), sémantické šumy (míra nepochopení obsahu) a šumy psychologické (nedůvěra k podavateli informace, nesouhlas). Tím pak dochází k neúspěšnosti komunikace (Jiráček, 2001).

Objevování dalších způsobů toho, jak komunikovat, je součástí vývoje lidské společnosti. Od neverbální komunikace (gesta, mimika, pantomimika) přes verbální a písemné projevy, obrazy, rozhlas, tisk, televizi až k internetu, kdy informace získá větší počet lidí za krátkou dobu. Tato **masová podoba** dorozumívání vzrůstá. Masmédií (hromadnými sdělovacími prostředky) se uskutečňuje sociální masová komunikace a podané informace a sdělení přijímá ohromné množství anonymních adresátů.

Z pedagogického pohledu jsou masmédiá zdrojem vzdělávání a podílí se na socializaci jedince (Stodůlková, Zapletalová, 2011). Tato mediální (masová) komunikace, která se odehrává na úrovni celé naší společnosti, má oproti komunikaci skupinové či interpersonální profesionální komunikátory. To jsou například baviči, novináři, producenti, moderátoři a další podobné osoby, které jsou zaměstnané v mediálních organizacích. Mohou to být však i ti, co mají přístup do médií, jako politici, inzerenti a různí umělci. S cílem oslovit velkou část společnosti vytvářejí určitá sdělení (Valenta, Brom, Kellerová, 2016). Ve skupinové a interpersonální komunikaci se vyskytuje na rozdíl od mediální komunikace zmiňovaná zpětná vazba.

Lidstvo žije ve světě komunikace už několik tisíc let. Předávají si informace, které přijímají, zpracovávají a reagují na ně. Současná populace žije ve světě mediální komunikace. Díky tomu je možné překonávat velké vzdálenosti, aniž bychom opustili

pohodlí domova. Máme možnost „vidět“, co se děje jinde ve světě (Jiráček, 2001). Díky současným technologiím je možné udržovat kontakt s našimi blízkými, kteří žijí daleko. To nám teď umožňují mobilní telefony, Skype, e-mail, Facebook a messenger, WhatsApp a mnohé jiné aplikace a programy urychlující dnešní komunikaci. Díky médiím můžeme poznat i nové lidi, se kterými bychom se nemohli osobně setkat. Avšak oproti minulým letem zaostává tak zvaná komunikace z očí do očí. Také partnerské a rodinné neshody se dnes často řeší prostřednictvím médií.

2 VLIV MÉDIÍ NA OSOBNOST

2.1 Rizika a vliv médií

Je známo, že média na nás mají velký vliv a přináší i různá rizika, která se následně podepisují nejen na naší psychické stránce. Musíme se proto naučit používat je takovým způsobem, aby nám škodila co nejméně.

„To, co konzumujeme z obrazovky, je duševní potrava a na tom, jakou potravu přijímá duše, záleží stejně jako na tom, co máme na talíři a ve sklenici pro své tělo. Má to vliv na naši povahu, inteligenci, rozhled, na naši přejícnost nebo sobectví, citlivost nebo otupělost, ušlechtilost nebo zhovadilost. Duše ovšem nemá břicho, které by bolelo. Nedovede se bránit tomu, co do ní z hlouposti nacpeme, třeba tím, že by to vyzvracela.“ (Říčan, Pithartová, 1995, str. 8).

Média ovlivňují lidskou psychiku. Při sledování nějakého hororu, nebo akčního filmu, můžeme mít strach. A co teprve děti? Může jít o běžný dětský pořad, přesto může mít dítě z něčeho obavy a cítit napětí. Vhodné je s dětmi hovořit o tom, co vidělo, co pociťuje, co možná prožívaly postavy ve filmu či nějaké pohádce. Stejně tak o snech, které mohou obsahovat i to, co dítě vidělo právě v televizi. I my dospělí rádi mluvíme o tom, co jsme od filmů, které jsme zhlédli, očekávali, co nás zklamalo či šokovalo.

Nemusí jít však pouze o strach, ale třeba i o naše sebevědomí.

„Neustálé sledování hubených modelek a svalovců způsobuje, že jsou ženy a muži nespokojeni se svými postavami a uchylují se k nezdravému chování ve snaze přiblížit se k hubenému či svalnatému „ideálu““ (Giles, 2012, str. 69).

Někteří lidé si příliš nevěří, chtějí se vyrovnat známým osobnostem, celebritám a jiným svým vzorům, které podle nich vypadají lépe než oni samotní. Může jít o vysněnou postavu, ale i účes, líčení, oblékání a způsob života. Dříve tímto zdrojem mohly být především různé časopisy s modelkami a hollywoodskými hvězdami, dnes tuto funkci plní i sociální síť jako především Instagram, který je plný podobných fotografií. Často jde o fotomontáže upravené několika filtry. Vypadají dokonale, ale realita může být jiná.

Život s médii má vliv i na funkčnost našeho těla. Neustálé sezení u televize, počítače nebo nad mobilem není vhodné pro správné držení těla, což má za následek až chronické bolesti zad a další zdravotní komplikace. Monitor vyzařuje škodlivé záření, což může přispívat k onemocnění očí a poruchám spánku. Divácké mlsání může vést i k obezitě, pokud není dlouhodobé sezení kompenzováno pohybem.

Dlouhodobý kontakt s médii ovlivňuje lidské vnímání. Člověk se dostává do větší pasivity tím, čím víc jsou zobrazované sledy obrazů proměnlivější a rychlejší. Vůle člověka je sledováním televize utlumována. Je pak snazší obrazovku zapnout než vypnout. Lidé při mnoha příležitostech a činnostech poslouchají hudbu, rádio nebo třeba i zvuk z televize – zvuková kulisa. Lidé pak vědomě přijímají menší množství informací, ale přesto na ně část působí (Buermann, 2009).

2.2 Vliv médií na sociální chování

V souvislosti s médii a jejich vlivem na publikum se uvažuje o vhodnosti znázorňování vypjatých scén, které zachycují násilí, sexualitu bez citovosti či jiné podobné situace. Následně o dopadu shlédnutého na chování a prožívání dětí, dospívajících i dospělých. Je otázka, zda tímto média nepřispívají „normalizaci“ takového chování v realitě. Na druhé straně existují pořady, kde lidem radí a pomáhají v různých životních situacích, pořadů, kde se k sobě lidé chovají hezky a vedou k tomu i publikum. Existuje mnoho výzkumů, které se zabývají médii, s jak prosociálním, tak antisociálním obsahem. Definice antisociálního a prosociálního chování se může však lišit i podle úhlu pohledu. Když jeden člověk udeří v sebeobraně jiného člověka, může to být označeno za antisociální chování bez ohledu na okolnosti (Giles, 2012).

Představy o pravděpodobných účincích mediálního násilí jsou rozděleny na krátkodobé a dlouhodobé. Stejně tak se dělí na emocionální (pocity), fyziologické (pocení, zrychlení tepu, třes, ...), poznávací, behaviorální (změny chování) a postojové. Vyvolání agresivního nebo násilného chování se řadí mezi krátkodobé účinky. Mezi dlouhodobé účinky patří změny v celkovém chování, obavy z lidí a strach z toho, že se oni samotní se stanou obětí násilí (Jirák, 2001).

Jistě není na škodu zmínit výzkum kanadského psychologa Alberta Bandury, který se v 50. – 60. letech zabýval s kolegy sociálním učením. Ve známém Bobo doll experimentu sledoval vliv filmu, v němž dospělá žena surově bila „fackovacího panáka“. Děti předškolního věku, které film viděly se následně k takové hračce vztahovaly ještě agresivněji než kontrolní skupina dětí, které viděly, jak si dospělý hraje s hračkami v klidu. Tato studie byla především vývojovými psychology citována jako jasný důkaz negativního vlivu násilí v animovaných pořadech. Časem přišla varianta nazvaná „animovaná“. Figuroval v ní člověk převlečený za kocoura. Tento kocour také inspiroval děti z experimentální skupiny, aby tloukly panenku. Dlouho bylo díky tomuto pokusu tvrzeno, že Tom a Jerry je nevhodný a agresivní animovaný film pro děti (Giles, 2012). Mnohým je známo, že se děti učí, observačním učením, nápodobou. I to, jak se chovají rodiče dětí, nebo pedagogové a další lidé v okolí dítěte, hraje v jeho životě velkou roli. Dítě mnohé odpozoruje a pak samo zkouší. Chováním, které je inspirováno médii se budeme ještě zabývat v pozdější kapitole podrobněji.

2.2.1 Prosociální chování

Prosociální chování neboli chování, které poskytuje pomoc ostatním, může být označováno také jako altruismus. Toto jednání je ve prospěch někoho jiného, někdy spojené s osobní obětí. Jde o schopnost pomoci někomu, kdo se ocitl v nouzi (Prokopová, 2008).

Většinou si každý přeje, aby se k němu druzí lidé chovali hezky. Mnoho situací se zvládá lépe, když si lidé pomáhají a jsou na sebe hodní. K prosociálnímu chování vedeme dnes i děti v mateřských školách a zamezujeme soutěživým hrám, ve kterých se vyskytuje souboj a soupeření. Vysílají se také různé pořady, které toto chování podporují. Média poskytují lidem informace, dávají jim varování a rady, čímž publikum vychovávají.

Upozorňují na bezpečné chování v dopravních situacích, zpřístupňují informace o jiných kulturách a vrstvách společnosti a snaží se zamezit předsudkům vůči odlišným lidem, udržují a vzbuzují lidský zájem o politiku i lidskou empatii a pomoc (Stodůlková, Zapletalová, 2011). Pro pomoc lidem jsou k dispozici různé charity a nadace. Kuře – pomozte dětem, Anděl aj.

Byly provedeny výzkumy, které sledovaly vliv médií na prosociální chování. Ve studii, kterou provedl Gentile se svými kolegy, nechal sledované studenty hrát násilné, neutrální a prosociální videohry. Při druhém setkání skládali puzzle. Ti, kteří hráli prosociální hry, pomáhali druhým, hráči násilných her druhým obrázky spíše ničili (Giles, 2012).

Je známo mnoho dětských naučných a vzdělávacích pořadů, programů, stejně tak i her, které vedou děti k pozitivnímu chování a myšlení, celkově ke zdravému životnímu stylu. V Sesame street (Sezame, otevři se) vystupují loutky a maňáskové se záměrem vychovávat předškolní děti z chudších rodin a etnických menšin. Posilují rozvoj slovní zásoby, matematických schopností a odstraňování předsudků vzhledem k jiným rasám. Výsledky sledující vliv sledování tohoto pořadu prokázaly, že se děti lépe učily a vyskytovaly se u nich nerasistické postoje. Zjistilo se však, že prosociální účinky médií byly silnější u dětí z rodin s vyšším socioekonomickým statusem (Giles, 2012). Zastoupení výchovných prvků je potřebné především v pořadech a v literatuře právě pro děti a mládež. Takovéto pořady předávají kladné modely jednání a chování, které jsou vhodné pro případné napodobování. Rozšiřují vědomosti dětí o vědě, přírodě, společnosti a různých kulturách. Také jsou dobrým vzorem pro konverzaci a upevnění správnosti v jazyce. Rozvíjí estetické cítění a vkus dětí. Navozují pocit spokojenosti, bezpečí a jistoty, umožňují únik ze skutečného života. Také mají vliv na tvoření životních postojů a hodnot (Stodůlková, Zapletalová, 2011).

2.2.2 Antisociální chování

Antisociální chování je opakem chování prosociálního. Tudíž jde o negativní, nemilé a nehezké jednání a vystupování vůči okolí. Ublížování, nadávání a ničení.

K dispozici je mnoho výzkumů, které zdánlivě vypovídají o tom, že pozorování násilí je spojeno s agresivním chováním, dokonce, že toto chování vyvolává (Giles, 2012).

Mnohé studie souhlasí s názorem, že na kriminalitě mladistvých má kromě vlivů biologických (poškození mozku či jeho odchylný vývoj) a rodinného prostředí podíl také mediální násilí (Stodůlková, Zapletalová, 2011). Jedním z příkladů toto, že mediální násilí ovlivňuje chování publika je i film Stanleyho Kubricka, který nese název *Mechanický pomeranč*. Promítal se v kinech ve Velké Británii od roku 1971. Tisk předem oznamoval, že dojde k velkému nárůstu násilí mezi mládeží po zhlednutí tohoto filmu. Po jeho promítání se opravdu začalo objevovat mnoho podobných incidentů, které se vyskytly ve filmu. Mladý chlapec, který tento film viděl, zabil bezdomovce. Skupina teenagerů znásilnila v Londýně turistku a zpívali si písničku z jedné scény – *Singing in the Rain*. Film se až do roku 2000 přestal v kinech promítat. Od doby, co se vrátil do kin, se však ve Velké Británii podobné zločiny neděly. Podle kritiků mediálního násilí by to mohlo být tím, že na základě technologicky dokonalejších a obraznějších filmů naše společnost znečitlivěla vůči násilí. Příkladů násilí pramenících z médií je však více. Zdá se však, že neprosociální chování neovlivnilo ani tolik zobrazené násilí jako spíše novinové články a atmosféra „zakázaného ovoce“. Mnozí výzkumníci by tvrdili, že důležitý je kumulativní účinek násilí v médiích. I pomocí laboratorních experimentů došli k tomu, že nárůst sledování násilí vede ke zvýšení agresivity. Toto potvrdily výsledky výše zmíněné Bandurovy studie. Opakovaná ukázka násilí může zvýšit hladinu adrenalinu v těle člověka a také snižovat citlivost a empatii. Násilné filmy utvářejí scénáře, které publikum pak využívá v problematických situacích ve svém životě. Tomu se říká kognitivní priming (Giles, 2012). Je důležité umět mezi fiktivním a reálným násilím hledat rozdíl. Reálné násilí zobrazuje skutečné události obsahující násilné jednání. Fiktivní násilí patří do vymyšlených příběhů. Pokládáme si tak otázku, jestli je inspirace k násilí skutečností (Jiráček, 2001). Působení mediálního násilí na děti a mladistvé je v jednotlivých obdobích různé, avšak do osmi let jsou děti v tomto ohledu pravděpodobně nejovlivnitelnější. Naučí se řešit problémy násilným způsobem a v budoucnu budou zaujímat nejspíše agresivní postoje a chování. Může také vzniknout obava, že se stanou oběťmi násilí. V tomto případě se používá pojem, který nese název syndrom zlého světa. Tyto děti mají pocit, že jim chce někdo ublížit (Stodůlková, Zapletalová, 2011).

Násilí se nevyskytuje pouze v televizích, ale i ve videohrách. Existuje plno her, kde se střílí, bojuje a zabíjí. I zde existuje několik výzkumů a studií, jak působí hraní násilných

videoher na mladistvé. Někteří chlapci vysvětlovali, že hraní násilných videoher jim umožňuje uvolnění ze stresu z běžného života. Vybijí si touto cestou nahromaděný vztek. Dalo by se tedy říct, že agrese se může redukovat pomocí násilných videoher. Každý je však jiný a jinak se projevuje. Weber a jeho kolegové vyvrátili odhady některých autorů, kteří tvrdili, že nárůst násilných her na trhu je mezi 49 a 79 %. Při detailním prozkoumání obsahů nejhrubějších střílečích her zjistili, že jen 7 % času stráveného u hry obsahuje násilné dění. Agrese a násilí ve hrách a pořadech v televizi nemusí být na populaci přenášena v takové míře, jak se může zdát podle některých výzkumů. Mohou být nepřesné. Faktorů pro vznik lidské agrese existuje mnoho, nejen ten mediální. Mezi tyto faktory může patřit třeba chudoba, nízké vzdělání, násilí v reálném životě, deprivace aj. (Giles, 2012). Vyvolání agresivního nebo násilného chování se objevuje spíše u chlapců okolo třináctého věku. Především u těch, kteří mají nižší intelekt a pochází z narušených rodin s nedostatkem citového zázemí. Může být u nich vyvolán strach nebo znečitlivění vůči násilnému chování (Jirák, 2001).

Výsledky výzkumů a experimentů ohledně násilí v médiích se různí a je těžké posoudit, kde vězí pravda. Velice záleží i na tom, v jakém prostředí dítě vyrůstá, což ho pak může doprovázet po zbytek života. Dítě v podnětném prostředí, kde má pocit jistoty, bezpečí a lásky, může mít určitou distanci od toho, co v médiích vidí a nemusí ho to tolik poznamenat. Přesto nejvíce násilí z médií čerpají právě malé děti, a to z pouhých animovaných a kreslených pořadů (Paik, Comstock, 1994). Agresivní projev se může u dívek a chlapců lišit. U dívek, které sledovaly více televizi, se projevovala spíše vztahová agrese. To je agrese, kde jde o ignoraci, pomluvy a vylučování ze skupiny. U chlapců se objevovala spíše agrese fyzická, bitky, rvačky, ničení apod. (Giles, 2012).

Shrnutí vztahu mezi médii a chováním by byl asi takový, že média mají na chování publika určitý vliv, ale nejsou jediným zdrojem agresivního a antisociálního chování.

3 PŘEDŠKOLNÍ DĚTI A MÉDIA

Cílovou skupinou pro mediální sdělení byli zpočátku pouze dospělí, ale rodiče začali pořizovat nové přístroje i dětem. Dnes jsou děti a mladiství stále více zájmem mediálního průmyslu. Tedy média používají především děti a mládež. Staly se tak odborníky v rodinách a radí v tomto ohledu svým rodičům, co pořídit a jak to používat (Burrmann, 2009).

3.1 Média v RVP PV

Téma médií se objevuje i v Rámcovém vzdělávacím programu pro předškolní vzdělávání. Zmínka o nich je třeba v oblasti Dítě a jeho psychika v podoblasti, která se nazývá Rozvíjení poznávacích schopností a funkcí, představivosti a fantazie a myšlenkových operací. Autoři zde popisují, jak děti používají a ovlivňují je různé dětské encyklopedie, tematicky zaměřené časopisy, dokumentární filmy nebo i tablety, které umožňují rozvoj kognitivních funkcí. Ty se samozřejmě dají rozvíjet také přirozenější cestou. Vzdělávací aplikace bývají přínosem, a to třeba i pro handicapované. Samozřejmě mohou nést i rizika.

Oblast Dítě a společnost se týká sociální role dítěte ve společnosti a kultury, ve které se dítě nachází, také kultur odlišných a umění, které dítě poznává i samo tvoří.

Další oblastí je oblast Dítě a svět a média jsou zde obsažena v několika dílčích cílech.

- Seznamování se s místem, ve kterém dítě žije, i jeho okolím.
- Vytváření (elementárního) povědomí o kulturním, přírodním a také technickém prostředí.
- Poznávání nejen své, ale také odlišných kultur (Valenta, Brom, Kellerová, 2016)

Dítě může poznávat okolí osobní zkušeností. Například procházkami či výlety. Nebo také tím, co vidí v televizi.

3.2 Děti a televize

Televize je jedna z nejméně používaných mediálních technologií. Je to zdroj mnoha informací, ale i zábavy. Vyskytují se jedinci, dokonce i rodiny, které televizi nevlastní a nesledují. Svůj volný čas tráví jinak, nebo funkci televize kompenzují jinými médii. Mnoho informací, pořadů a videí dnes můžeme najít i na internetu a přehrát je jak na počítačích, tak i noteboocích, tabletech, mobilech a dalších podobných zařízeních.

Zábava v televizi se čím dál více rozděluje na dva typy kanálů: specializovaná zábava monotematických kanálů a masová zábava na kanálech plnoformátových. Mezi nejčastější specializované zábavní kanály patří kanály sportovní, hudební a filmové. Mimo to existují pořady naučné, které jsou zaměřené třeba na umění, cestování a s tím spojené poznávání odlišných kultur. Známé jsou také kanály teleshoppingové, kde nabízejí různé zboží a služby (Stodůlková, Zapletalová, 2011).

Mezi zábavné a vzdělávací pořady pro děti v České republice patří Ty Brďo!, Planeta YÓ, Draci v hrnci, Kouzelná školka, Hřiště 7 a plno dalších. Známý je také Večerníček a TV D, který je v poslední době velice sledovaný.

Častou obavou je, že děti nejsou schopné rozlišit, co je skutečné a co je pouhá fikce. Ne všechno, co v televizi vidíme, může mít něco společného s realitou. Děti podléhají těmto příběhům, jako by se situace v nich opravdu mohly stát. Do určitého věku tomu tak může opravdu být, avšak dítě kolem osmi let má schopnost rozlišovat reálné od smyšleného a má dostatek zkušeností na to, aby toto poznalo. V tomto období by násilné scény v animovaných a kreslených seriálech neměly mít na dítě už takový vliv. Podceňovat nelze však to, co z těchto násilných pořadů přijalo v mladším věku. Důsledky toho se mohou projevit u dítěte až později (Jiráček, 2001).

Televize bývá často dětmi a mládeží používána jako zvuková kulisa. Hraje při nějaké činnosti, kterou dítě zrovna dělá. Je vhodné se seznámit s dopadem sledování televize na osobnost dítěte. Její preferování je chápáno jako bezproblémové prožívání života, může se však stát návykem (Stodůlková, Zapletalová, 2011). Dítě bývá považováno za bezradnou a nekompetentní bytost, která není schopna se před mediálním sdělením bránit. Některé výzkumy však tvrdí opak. Obvyklou obavou bývá, že děti nejsou schopny odlišit realitu a fikci (Jiráček, 2001).

Sledování televize s celou rodinou může vést k rozhovoru, co se promítá na obrazovce. V jiných případech mohou lidé upadat v jisté míře do pasivity, kdy jen sledují obrazovku a jsou pohrouženi do děje sledovaného (Jirák, 2001). Dle mnohých názorů je vhodné si s dětmi povídat o tom, co v televizi vidí a co při sledování cítí. Po zhlédnutí pořadu prožívají silné zážitky plné emocí. Sledované modely chování vybízí děti k napodobování. Děti sledují určité pořady, filmy a čtou konkrétní knihy, aby se snáze začlenily mezi své vrstevníky. Často se ztotožňují s postavami, které je nějak zaujmou, a to třeba tím, že jim připomenou jejich vlastní život (Stodůlková, Zapletalová, 2011).

Někteří rodiče záměrně působí na své děti a jejich vztah k televizi i jejich divácké návyky. Můžeme to označit za rodinou mediální výchovu, která obsahuje několik konkrétních postupů, technik. Ty mají dosáhnout toho, aby byly děti sledováním televize co nejméně poškozeny. Mezi ně patří omezování přístupu k televizi, monitoring, divácká doporučení, předávání informací o televizi, společné dívání a konverzace o obsahu sledovaného pořadu. V omezování přístupu dětem k televizi jde o zkrácení času, který dítě u televize tráví a také zamezení tomu, aby se dítě dívalo na nevhodné pořady. V diváckých doporučeních se jedná o nabízení určitých pořadů dítěti, o kterých si rodiče myslí, že budou mít pro dítě nějaký přínos. Monitoring je pozorování toho, co dítě sleduje. Když rodiče sledují pořad společně s dítětem, jde o spoludívání. Poskytují při tom dětem pocit opory a mají i přehled o tom, co dítě v televizi vidí. Spoludívání se dá zaměnit s pojmem přihlížení, kdy dítě sleduje televizi s dospělým. Společné sledování televize vede kolikrát i ke konverzaci. Tato technika se dá považovat za nejúčinnější způsob výchovného utváření vztahu mezi dítětem a televizí. Cílem je, aby dítě porozumělo pořadu a snáze zpracovalo poškozující prvky. Intenzita těchto technik a způsobů rodinné mediální výchovy vychází i z toho, jaký rodič je. Zda má velmi restriktivní přístup (jsou důslední, nedbají příliš na přání dítěte), semirestriktivní přístup (snaží se dítěti vyhovět a zároveň najít vhodný program) nebo permissivní přístup (nechají dítě dívat se na cokoli). Rodiče jsou průvodci (Šedřová, 2007).

Rodiče by měli být upozorněni na to, aby své děti nenechávali před televizí více než jednu až dvě hodiny za den. Tuto informaci shrnula Americká pediatrická akademie v roce 2004.

Člen britské psychologické společnosti Dr. A. Sigman uvádí pojem hypnotizační fenomén. Jde o jev, který následuje po skončení jednoho sledovaného programu. Divák se nemůže odtrhnout od obrazovky a sleduje další pořad. Lepší by bylo, kdyby si divák program předem vybral a předešel tak přepínání a hledání programů (Stodůlková, Zapletalová, 2011).

3.3 Děti a počítač, internet

U počítače tráví čas jak dospělí, tak děti a jejich zájmy a činnosti se na něm mohou lišit. Dnes jsou používány ve velké míře i notebooky, které jsou oproti osobnímu počítači přenosné, avšak v této práci je zahrneme mezi počítače, protože splňují stejnou funkci.

„Počítač se stal přirozenou součástí našeho života jako dříve trakař a povolání programátora nebo správce sítě tak běžné jako pasáček vepřů ještě před sto lety. Drbný na pavlači z vyprávění babiček nám nahradil blog. Dokonce i my děti vidíme, jak se ten svět kolem nás proměňuje. Počítač a internet známe vlastně už od školky a hry na nich také.“ (Kopsovi, 2015, str. 53)

I dlouhodobým vysedáváním u počítače dochází ke zdravotním problémům, jako je špatné držení těla, refrakční vady očí, bolesti zad či hlavy, ale i jiné. Stejně tak dochází k problémům psychickým a výchovným, které mohou plynout z násilí počítačových her (Stodůlková, Zapletalová, 2011). U dětí je důležitější pohyb a získávání praktických zkušeností, přílišné vysedávání u počítače je pro ně zbytečné a nevhodné. Počítače však nemají jen negativní vliv.

V online magazínu *Máma a já* (2018) píší o výzkumech, které potvrdily, že děti užívající počítač netrpí v sociální oblasti a mají také zájmy v reálném světě. Musí být však vedeny k zodpovědnému a smysluplnému využívání médií. Počítač a internet poskytují možnosti k učení i hraní. Dítě si může samo určit dobu i tempo učení, naopak televize a rádio tempo dětí nerespektuje. Počítač umožňuje posílení sebedůvěry. Děti nejsou kritizovány, když udělají něco špatně a mají další možnosti a šance. Počítače mají také vhodné programy pro děti s poruchami učení a hyperaktivní děti vedou při hře k disciplinovanosti. Počítač je vhodný doplněk pro rozvoj dítěte, ale měla by to být pouze

jedna z možností, jak dítě zabavit a jak jej učit. Rodiče by měli zajistit, aby nenahradil skutečný život, a aby děti trávily s počítačem přiměřenou dobu, ale zcela ho nezakazovat.

V dnešní době by bylo těžké si představit život bez internetu. Posílání dokumentů, vzkazů, fotografií a vyhledávání informací považujeme dnes jako součást našich životů. Je zbytečné se ptát, kdo používá internet jako před několika desítkami let. Naopak je snadnější se ptát, kdo a proč dnes internet nemá (Buermann, 2009). Díky internetu můžeme dětem pomoci vyhledat různé informace a postupy. Zároveň je na místě dávat pozor, co může dítě vyhledat. Na internetu je možná i více pravděpodobné než v televizi, že se dítěti před očima zjeví nějaká erotická nebo násilná ukázka či reklama. Vyhledat se dá navíc v dnešní době cokoli. Dítě nebudou zajímat stránky pro dospělé, pokud poznají pro ně zajímavé a jim věku přiměřené (ČTK, Máma a já, 2018).

3.3.1 Hraní her

Počítač není jediným zdrojem pro hraní her. Tuto funkci splňují také tablety, mobily a hrací (gamblerské) stroje, které mohou vést k závislosti. Existují obavy týkající se toho, že stříleční hry, které děti hrají osamoceně zavřené v pokoji, mají antisociální důsledky. Přitom ke spoustě videoher je potřeba více hráčů, se kterými případně komunikují. Videohra může být i součástí rozvoje kreativity dítěte. V mnohých hrách si hráči vytváří své postavy (avatary), které pak řídí a udávají jim pokyny. Anonymita ve virtuálním světě umožňuje hráčům stát se tím, kdo se jim líbí, ukázalo se však, že hráčům vyhovuje vlastní osobnostní charakteristika (Giles, 2012). I hraní počítačových her vede k rozvoji různých funkcí, například konstruktivní hry rozvíjí tvořivost hráčů, anglické verze her zase slovní zásobu anglických výrazů a také zdokonalují pozornost a reakce dětí. Neustálé trávení času hraním počítačových her přináší i rizika. Dlouhodobé hledění do monitoru způsobuje stejné zdravotní komplikace jako trávení času před televizí. Někteří malí hráči si také osvojují určité postoje a vzorce chování.

Na základě většího počtu obézních dětí v USA proběhla studie na Kineziologické škole University of Minnesota. Vědci zkoumali vliv exergamingu (pohyb u videohry) na zdravotní stav v dětech předškolního věku. Děti mezi čtyřmi a pěti lety byly označeny jako skupina, která si lépe upevní návyky zdravého životního stylu, které by mohly předejít obezitě a chronickým chorobám u dětí. Exergaming ukázal pozitivní dopad při podpoře

fyzické aktivity předškolních dětí ve škole. Může zlepšit vnímání a schopnost motorických dovedností těchto dětí (CEHD Twin Cities, 2019).

3.4 Děti a mobily, tablety

Mobilní telefon nám umožňuje spojení s ostatními lidmi. Popovídat si s někým, koho dlouho neviděli nebo se na něčem důležitém domluvit, ať už soukromě nebo pracovně. O dnešních mobilních telefonech moc dobře víme, že se kromě telefonátů a SMS dají využít i na různé hry, sociální sítě, poslech hudby, fotografování, pořizování videí i vyhledávání informací na internetu. Buďto pomocí dat či wifi.

Mobily jsou spojovány s řadou různých rizik. Do roku 2000 se vyskytovaly obavy z radioaktivity a rakoviny mozku. Tyto obavy ze zdravotních rizik pak začaly ustupovat a nastoupily spíše obavy z rizik společenských. Mnohé z nich se týkají právě účinků tohoto zařízení na děti. Mobily dětem přinesly větší nezávislost. Děti mohou tak snadněji kontaktovat rodiče, že se někde zdrží, nebo že potřebují odněkud vyzvednout. Mladí dávají na rozdíl od starší generace přednost textovým zprávám. I v případech důležitých sdělení, kdy by byla na místě spíše osobní komunikace. Jedna z největších obav týkající se dětí a mobilních telefonů je ohledně používání vestavěných kamer, které vedly například ke kyberšikaně (Giles, 2012).

Důležitou otázkou je, v jakém věku je vhodné, aby dítě svůj mobilní telefon vlastnilo. Názory rodičů se mohou různit, ale časté bývá pořizování mobilu dítěti v době, kdy začíná samo chodit do školy pro účel volání a textování. Přesto děti dostávají mobil do ruky i v nižším věku, aby se na „chvíli“ zabavily nějakým videem či hrou, kterou rodič vybere. Starší děti, které vlastní mobilní telefon i s přístupem na internet stahují různé hry, ale i sociální sítě, jako je Instagram, Snapchat, případně Facebook. Mohou se tak spojit s kamarády, zveřejňování a posílání různých fotek může však obnášet rizika. Třeba když fotku uvidí někdo nevhodný, kdo by dítěti mohl ublížit nebo ho zneužít. Děti jsou v tomto ohledu ještě nezkušené, ačkoli se najdou i starší jedinci, kteří se nechají nachytat.

Mnoho let byl telefon určen pro dospělé za účelem vyřizování pracovních záležitostí. I poté, co se začal používat více pro soukromé účely. Později, když se rozšiřovaly mobilní

telefony, se dostaly do rukou mladistvým také dětem. Vlastnit svůj telefon znamená autonomii (Buermann, 2009).

V několika posledních letech mají oblibu tablety, začaly se používat pro vzdělávání dětí. Jsou modernější než interaktivní tabule, které bývají také součástí některých tříd. První škola v České republice, která v roce 2001 nahradila běžnou výuku z učebnic výukou z tabletů, byla škola v České Kamenici. Vzniklo plno vzdělávacích aplikací pro tato zařízení. Prvně byla většina v angličtině, až později v češtině. Mohou to být aplikace a programy pro učení abecedy, procvičování pravopisu, matematiky, přírodovědy, k rozšiřování povědomí o světě, pro rozvoj zrakového a sluchového vnímání, rozvoj spolupráce pravé a levé hemisféry mozku, koordinace ruky a oka, rozvoj jemné motoriky, slovní zásoby a dalších dovedností či vědomostí. Dětem s různým handicapem mohou mobilní aplikace usnadnit učení a také zvýšit jejich možnosti k sociální interakci. Velký přínos tabletů je pozorován například u dětí s autismem. Aplikace mohou mít pochopitelně i negativa. Některé využívají pouze osvědčené principy známých her, například bludiště pro rozvoj koordinace oka a ruky, pexeso a obdoby Kimových her pro procvičení paměti a vnímání. Tyto činnosti můžeme provádět i jen s pomocí papíru a tužky s přímou zpětnou vazbou učitele (Valenta, Brom, Kellarová, 2016).

3.5 Děti a tištěná média – knihy, časopisy

Knihy a časopisy jsou tu déle než ostatní média. Dle mnohých názorů je to nejlepší způsob, jak dětem předat nějaké informace a poznatky, aniž by se jim zobrazoval poškozující obsah. Záleží samozřejmě na typu literatury. Prohlížení a listování knih s dítětem může být dobrým krokem pro začátek učení čtení (čtenářská pregramotnost). Čtení pohádek dětem má své kouzlo. Dítě cítí blízkost rodiče, slyší jeho hlas. Takto může vzniknout velice příjemný rituál třeba před spaním. Dětem se díky čtení rozvíjí představivost i slovní zásoba. Technická média jako televize volné představy dětí spíše omezují přímým předaným obrazem. Pro nejmenší existují obrázkové knížky, leporela s obrázky, které jsou doprovázené příběhem. Pro starší pohádkové knihy, pro ještě starší děti i různé dětské encyklopedie o světě, přírodě či lidském těle. Časopisů pro děti existuje také mnoho. Například Sluníčko, Mateřídouška, Méděa Pusík, Čtyřlístek, skautský časopis Světýlko, Šikulka a mnoho dalších. Jsou plné příběhů, hádanek a luštění, obrázků,

omalovánky a nápadů. Některé mohou být kýčovitě, stejně tak některé hry, pohádky a pořady v televizi a na internetu (o kýči více v kapitole Kýč).

V dnešní době se vyskytuje tzv. Albi tužka, která dokáže číst a povídat dětem obsah a informace z knihy označené logem „kouzelné čtení“. Nemá to už zmiňované rituální kouzlo mezi rodičem a dítětem, kdy zní prostorem rodičův hlas, ale i tak může rodič být v přítomnosti dítěte a povídat si o tom, co v knize je a doplňovat, co tužka říká. Stačí, když se dítě tužkou dotkne obrázku nebo textu a ta vydá daný zvuk. Tato „hračka“ splňuje vzdělávací funkci a předává dítěti různé informace. Rodič tím dítě může zabavit, když nemá čas mu něco přečíst. Děti v předškolním věku ještě neovládají schopnost čtení. Informace a obsah z knih se dozvídá díky člověku, který mu je čte. Až nástupem do školy se učí číst a může začít se čtením samostatně. Pro některé děti nejsou knihy a časopisy tolik atraktivní jako internet či televize, záleží také na tom, jaký vztah mají ke knihám rodiče apod.

3.6 Vliv reklamy na děti

Reklama je součástí našich médií, není to však médium. Je to parazit, který média využívá k tomu, aby se zviditelnil a přežil. Na druhou stranu by mnoho médií bez reklamy neexistovalo. Třeba noviny, časopisy a televizní kanály (Giles, 2012). S reklamou se setkáváme, když surfujeme na internetu, na plakátech na různé akce, na billboardech, na letáčích z obchodů a na televizních obrazovkách. I loga výrobků obsahují reklamy. Jde o nabídky na různé zboží a služby, které lákají lidi, aby si je kupovali a využívali – marketing.

Na reklamách se mohou podílet i děti. Dětské herci bývají vhodní pro úspěšný marketing. Například miminka, která podle psychologů působí na ženy jako ženské obnažené tělo na muže. Nastartují u nich rodičovské či mateřské city (Vavříčková, 2010).

Reklama využívá různé prostředky, kterými publikum přesvědčuje o hodnotě zboží či služby. Patří mezi ně opakování (lépe se zapamatují), odměna (slevy, koupě „správného“ výrobku pro dítě), trest („nezmeškejte jedinečnou šanci“), apel na sdílené hodnoty (pojištění, ...), ztotožnění a nápodoba (obdiv, uznání – třeba u dětí, když se jim něco zalíbí), skupinová identita (nabídky členství – kartičky, touha někam patřit), splněná

touha či přání (dovolená, hezká hračka, ...), potřeby a provokace (Jirák, 2001). Nechat se vtáhnout mohou děti i dospělí. Děti mohou po rodičích žádat nějaký produkt a rodiče buďto podlehnou a koupí, nebo odmítnou.

Dětským zájem o reklamu se zabývalo v roce 2004 výzkumné šetření společnosti Factum Invenio. Skoro tisíc českých rodičů bylo dotazováno na to, jak jejich děti přistupují k televizním reklamám. Ukázalo se, že víc jak polovina dětí se dívá na reklamy s určitým zájmem. Z toho 14 % dětí sleduje reklamu s vysokým zájmem, 39 % se zájmem. Nedívá se, nebo to nemá dovoleno 2 % dětí. O reklamu nemá zájem 12 % dětí a bez většího zájmu se dívá 33 %. V roce 1975 byly zkoumány děti od tří do jedenácti let, sledovaly v laboratoři reklamy. Když šly následně s matkami nakupovat, potvrdil se vliv reklamy tím, co rodina koupila. Děti, které věnovaly reklamě větší zájem, ovlivňovaly více své matky, co mají koupit (Vavříčková, 2010).

Děti, které reklamu ještě nechápu, jsou dle výzkumů více ohrožené. Pochopit ji mohou až v devíti nebo ve dvanácti letech, kdy se u nich vyvinou kritické schopnosti, ale i vyjednávací schopnosti, kterými mohou přemlouvat své rodiče o koupi (Giles, 2012).

Výrobci předpokládají, že dětský zákazník bude jejich značce věrný i v dospělosti, kdy investuje vyšší částky do nákupu. Do desíti let kupují děti nejvíce hračky, nápoje a sladkosti. Později se v nákupech projevují pohlavní rozdíly (Vavříčková, 2010).

Někteří dospělí se vyhýbají reklamám přepínáním nebo odchodem od televize. Některé reklamy je však pobaví a zaujmou. Pro malé děti nemusí být až takový rozdíl mezi pořadem a reklamou. Sledují sled obrázků se zvukovým doprovodem.

Autorka Alena Vavříčková (2010) se účastnila výzkumu, ve kterém zjistila, že se s věkem zdokonaluje schopnost rozeznat reklamní text. Také zjistila, že není příliš velký rozdíl mezi chlapci a dívkami při identifikaci reklamních sdělení. Chlapci i dívky dosáhli podobných výsledků. Zájem neměly velký vliv na pochopení reklamních sdělení, za to typ školy a úspěšnost ve studiu ano. Studenti gymnázia měli lepší výsledky.

3.6.1 Kýč

Definovat kýč není snadné. Estetické pojmy se údajně nedají definovat. Je to přitažlivý figurativní obraz, ne abstraktní, který nás zaujme. Na kýčovitých obrazech se vyskytují často štěňátka, koťátka, maminky s dětmi, miminka, palmové pláže se zapadajícím sluncem, svůdné dívky, divocí koně klusající vedle moře, líbající se milenci při úplňku, veselí žebráci a další podobné výjevy. Mají emocionální náboj a jsou považované za krásné. Kýč se vyhýbá nepříjemným prvkům skutečnosti. Chce se zalíbit co nejvíce lidem (Kulka, 2000).

Pokud se zaměříme opět na děti, kýč se dnes vyskytuje v moderních animovaných pohádkách o ponících a veselých zvířátkách, jak v televizi, tak v knižních podobách i omalovánkách. Objevují se také jako potisky na různých předmětech a oblečení. Vzbuzují zájem svými výraznými barvami a roztomilostí a děti přitahují. Mohou to být pohádkové postavičky z oněch pořadů. Kýč se jeví vesele, krásně, roztomile, ale je nerealistický.

3.7 Pohádky

Pohádky jsou umělecká literární díla, která jsou určená především dětem. Jsou jim blízká a srozumitelná. Mohou plnit současně funkci zábavnou i výchovnou. Malé děti mají ve větší oblibě pohádkové knihy ilustrované. Ty však nedovedou dobře znázornit vztahy a pocity postav. Obrázky upoutávají dětskou pozornost a děti se pak nedokáží soustředit na děj. Odborníci tvrdí, že je lepší vyprávění pohádek než jejich čtení (Bettelheim, 2000).

Některé příběhy jsou tu od pradávna. Vznikly z nich báje, legendy, pověsti a také pohádky. Sdružuje se v nich fantazie a moudrost vypravěčů a sběratelů. Jsou v nich ukryta poselství jako třeba víra v dobro a v lásku. Obsahují naději. Pohádky jsou pravděpodobně tím nejpřirozenějším a nezajímavějším způsobem poznání světa. Dávají dětem naději a víru v dobro (Svobodová, Švejnová, 2011).

Všichni moc dobře víme, že pohádky k dětem bezpodmínečně patří. Pohádky v tradiční čtené a vyprávěné formě, ale dnes i v podobě zobrazené na televizních obrazovkách, reprodukováné z přehrávačů a z rádií. V dnešní době se dají pohádky promítnout i na tabletech, mobilních telefonech, počítačových monitorech či

interaktivních tabulích. Zkrátka způsobů, jak zavítat do pohádkových příběhů je dnes mnoho. I v pohádkách pro děti se může vyskytovat určitá dávka násilí. Ve čtené či vyprávěné pohádce není však násilí tak silné a hrozné jako na televizní obrazovce či na monitoru. Představy dítěte pramenící z ústně předané pohádky jsou přiměřené a optimální k jeho psychickému vývoji, kdežto zobrazované násilí na obrazovkách televizí a na monitorech počítačů je zobrazené v celé své podobě. Záleží na vnímavosti a zvědavosti dítěte. Pokud dítě nemá sníženou schopnost odlišit zobrazené násilí od reality, může si od děje utvořit odstup (Stodůlková, Zapletalová, 2011).

Děti jsou nějakou dobu podněcovány k tomu, aby pobývaly ve fantazijních světech se spoustou neskutečných okamžiků a postav. Aby se nechaly vtáhnout pohádkovým příběhem a bajkami, kde jsou zvířata, co mají lidské vlastnosti a dokonce mluví. Například zrcadla s magickou schopností, princezny, víly, čarodějnice a další kouzelné postavy a předměty. Děti přitahují kouzla a fantazie. Jde o juvenilní fázi. Postupem času se jejich myšlení zakládá na racionalismu. (Giles, 2012).

Praktická část

V této části přiblížím cíl práce, výzkumné otázky a metodologii-postupy, které jsem zvolila pro dosažení výsledků výzkumu, které jsou neoddělitelnou součástí.

4 UVEDENÍ DO METODOLOGIE VÝZKUMU

4. 1 Cíl praktické části

Cílem výzkumu je zmapovat, kolik času tráví malé děti (ve věku tří až pěti let) sledováním a používáním médií, postoje jejich rodičů k tomuto fenoménu a také to, jakým způsobem se zážitky s médii promítají do námětů her a kreseb těchto dětí.

4. 2 Výzkumné otázky

1. Kolik času tráví dítě u televize sledováním pohádek a pořadů pro děti?
2. Jaký je postoj rodičů k dostupnosti médií pro jejich děti?
3. Jak se média promítají do života (kresby, hry, chování, ...) dětí?

4. 3 Výzkumné metody

Vzhledem k povaze cíle a výzkumných otázek jsem zvolila **smíšený design**, tedy kombinaci kvalitativního a kvantitativního výzkumu.

V kvantitativní části výzkumu jsem použila formu vytisknutého dotazníku pro rodiče sledovaných dětí za účelem zmapování jejich názorů a postojů vzhledem k využívání médií těmito dětmi. V úvodu dotazníku byli rodiče seznámeni s účelem daného výzkumu. Měli možnost volby anonymity, avšak mnozí rodiče dotazníky podepsali. Otázky byly uzavřené, kdy rodiče volili z několika možností, ale také otevřeného typu, kdy mohli odpovědět svými slovy a rozepsat se o svém pohledu na zadané téma. Celkem bylo 10 otázek. Z toho 4 uzavřené a 6 otevřených. Dotazník vypadal následovně:

Dotazník k bakalářské práci

Dobrý den, tento dotazník je Vám předložen z důvodu, že já, praktikantka a studentka třetího ročníku na pedagogické fakultě, se chci ve své bakalářské práci zabývat dětmi a médii. Proto je zde položeno několik otázek na toto téma a budu velice ráda za vyplnění. Anonymita je dobrovolná. Můžete, avšak nemusíte sebe, či Vaše dítě podpisovat. Důležitá je však pravdivost odpovědí. Otázky budou uzavřené i otevřené. Při volbě a, b, c, ... zakroužkujte Vámi zvolenou odpověď. V některých otázkách je možno zvolit více možností. Informace nebudou šířeny a využijí se pouze pro bakalářskou práci. Předem děkuji za vyplnění, Simona Krajičková.

Jméno dítěte (?)

1. S jakými médii je Vaše dítě doma v kontaktu? (možné vybrat více možností)

- a) televize
- b) počítač
- c) mobilní telefon
- d) tablet
- e) rádio
- f) knihy
- g) jiné (napište jaké)

2. Kolik hodin denně tráví Vaše dítě u televize?

- a) méně jak hodinu
- b) hodinu
- c) dvě hodiny
- d) tři hodiny
- e) více jak tři hodiny
- f) čas dítěte u televize příliš nehlídáme

3. Sledujete televizi s dětmi, nebo každý máte své vybrané pořady?

.....

.....

.....

4. Čtete dětem pohádky?

- a) ano
- b) ne
- c) jen někdy

5. Povídáte si s dětmi, co v televizi vidělo, nebo co bylo v pohádkách i ve čtené podobě?

a) ano

b) ne

6. S čím nebo na co si Vaše dítě hraje doma nejraději?

.....
.....

7. Jaké pořady Vaše dítě sleduje. Prosím, vypište.

.....
.....

8. Jaké hry Vaše dítě sleduje. Prosím, vypište.

.....
.....

9. Co říkáte na mateřské školy, které mají televizi, počítače, interaktivní tabule a podobná média a techniku? (klidně se rozepište)

.....
.....
.....
.....

10. Jaký máte názor na to, aby dítě mělo mobilní telefon v mateřské škole / v předškolním věku? Od jakého věku byste dítěti pořídili mobilní telefon?

.....
.....
.....
.....

Děkuji Vám!

Kvalitativní část výzkumu se soustředí na sledování námětů her a činností dětí navštěvujících danou třídu v MŠ. Blíže se pozornost zaměřila na dvě vybrané děti, u kterých se liší dostupnost k médiím i jejich využívání.

4. 4 Etika výzkumu

Rodiče dětí z mateřské školy, kam jsem docházela, podepsali paní ředitelce univerzální souhlas, tedy souhlas k pozorování dětí a zpracování jejich osobních údajů.

Dotazníky poskytovaly možnost volby anonymity, mnozí rodiče je však podepsali. Na začátku dotazníku byly informace o tom, k čemu bude sloužit.

Všechna data, která v práci prezentuji, jsou pozměněna tak, aby nebylo možné děti identifikovat.

4.5 Představení výzkumného souboru

Všechna data jsem sbírala v jedné třídě v městské mateřské škole. Tento výzkum probíhal na konci roku 2019 a na začátku roku 2020, kdy jsem s výzkumem pokračovala.

Dotazník vyplnilo 24 respondentů, **rodičů dětí ve věku tří až pět let**, se kterými jsem se pravidelně stýkala během praxe.

Současně jsem se v průběhu této praxe zaměřila na sledování námětů her a dalších činností dětí. Podrobněji byly pozorovány dvě děti, Anička (3 roky) a Honzík (4 roky). Obě blíže představuji v části 5. 2.

5 VÝSLEDKY KVANTITATIVNÍ ČÁSTI VÝZKUMU

V této kapitole shrnu výsledky kvantitativního šetření, tedy dotazníku, o kterém byly informace v jedné z předchozích kapitol.

1. otázka

S jakými médii je Vaše dítě doma v kontaktu? (možné vybrat více možností).

Mezi nejčastější odpovědi patřila **televize a knihy**. Z **24** respondentů byla tato možnost vybrána ve **22** případech. **13** rodičů zvolilo **rádio** a **12** **mobilní telefon**. Dále rodiče uvedli **počítač (8)** a **tablet (9)**. Mezi **jiná média**, se kterými jsou děti rodičů v kontaktu byla připsána ve třech případech **ALBI tužka**, ve dvou případech **časopisy**, případně noviny a jednou YouTube.

2. otázka

Kolik hodin denně tráví Vaše dítě u televize?

Rodiče nejvíce odpovídali za **c) dvě hodiny**. Tuto možnost zvolilo **7** rodičů. **Druhou nejčastější odpovědí byla za a) méně jak hodinu**, tedy cca půl hodiny. Možnosti za **e) více jak tři hodiny** a **f) čas dítěte u televize příliš nehlídáme nezvolil nikdo**. Dva případy byly dopsané pod možnostmi výběru, že nesledují televizi vůbec.

3. otázka

Sledujete televizi s dětmi, nebo každý má své vybrané pořady?

Třináct rodičů **sleduje televizi s dětmi**, především pohádky a pořady pro děti. Své pořady sledují třeba až, když děti spí. Z toho **jedna** maminka si **u sledování pohádek** s dítětem dělá **domácí práce**. **Dvě** maminky odpověděly podobně, a to tak, že někdy sledují spolu, ale většinou si dělají své činnosti nebo práci v téže místnosti.

Ve dvou případech děti sledují televizi samy, rodiče na to nemají buď čas, nebo sledují jen vybrané pořady, jako například zprávy, bez přítomnosti dětí.

Tři odpovědi byly takové, že rodiče **sledují s dětmi jen občas**.

V **jednom** případě televizi **nesleduje celá rodina**.

V dalším dotazníku bylo napsáno, že jejich děti televizi příliš nezajímá. Starší dcera (6 let) koukne ráda na Tvoje tvář má známý hlas a syn (4 roky) ráno koukne na Pošťáka Pata.

Poslední dotazník obsahoval odpověď, že děti sledují převážně ČTD bez dozoru rodičů a společně koukají na Star Dance.

4. otázka

Čtete dětem pohádky?

Ve 21 případech rodiče uvedli, že dětem čtou. Tři rodiče odpověděli, že jen někdy.

5. otázka

Povídáte si s dětmi, co v televizi vidělo, nebo co bylo v pohádkách i ve čtené podobě?

Pouze v jednom případě byla odpověď taková, že si rodiče nepovídají s dítětem o tom, co vidělo nebo slyšelo v televizi, případně v pohádkách ve čtené podobě. V ostatních případech rodiče odpověděli, že ano, ale nevíme, jak konkrétně tyto rozmluvy vypadají a jestli jsou pravidelné.

6. otázka

S čím nebo na co si Vaše dítě hraje doma nejraději?

Odpovědi obsahovaly plno námětových her dětí a dětských hraček. V žádném případě to nebyla zařízení jako mobilní telefon nebo tablet, ani počítačové hry.

Z námětových her to byla hra na Elzu (z Ledového království), maminku, gymnastku, na školku či na školu – paní učitelku, kuchařku, sekretářku, doktorku nebo princeznu. Hra s kuchařkou, kde dítě vystupuje v roli kuchařky nebo maminky, byla nejčastější.

Z hraček byly vypsány především autíčka, vláčky, plyšáci, panenky, kuchyňky, vláčky, puzzle, lego a také knihy.

Mezi některými odpověďmi byla hra se sourozenci.

Velké zastoupení mělo i kreslení a různé výtvarné činnosti.

7. otázka

Jaké pořady Vaše dítě sleduje? Prosím, vypište.

Pozorované děti sledují různé pořady v televizi, mezi které patří Studio kamarád, Kouzelná školka, v mnoha případech **Večerníček** a nejvíce zmiňované bylo **ČT-D (Děčko)**.

V dotaznících byly vypsány tyto pohádky: Nejčastější je **Prasátko Pepa, Tlapková patrola a Ledové království**, dále to jsou Králík Bingo, Krteček, Káťa Škubánek, Máša a medvěd, Pat a Mat, Byl jednou jeden život, Pošťák Pat, Phenias a Ferb, Fazolka a její kavárna, Ptačí kadeti, Doktorka plyšáková, 7 T, Červený traktůrek, Sobík Nikko, Na vlásku, ale také hudební pořady, například Čiperkové, někdo z rodičů zmínil i Míšu Růžičkovou.

V několika případech se vyskytl i Star Dance.

Objevily se i odpovědi, že rodiče dětem pouští videa a pohádky na YouTube jako třeba Perníková chaloupka, Máma v Německu, Zuzu TV, Diana blog, Stacy blog, Booba, Jakub Vágner. Nechybí ani nahrávky a pohádky z DVD.

8. otázka

Jaké hry Vaše dítě sleduje? Prosím, vypište.

Zpětně jsem si uvědomila, že tato otázka byla položena nevhodně a místo slova *sleduje* jsem měla použít slovo *hraje*. Mnoho rodičů nebylo schopno na tuto otázku odpovědět. I přesto se vyskytlo spoustu dostačujících odpovědí. Plno z nich znělo tak, že žádné hry jejich dítě nehraje. Pravděpodobně byly myšleny hry počítačové či na mobile.

V **šesti** dotaznících byly vypsané hry typu **Člověče nezlob se, schovávaná, pexeso, desková hra Krteček, Batanimo, Jenga a bludiště**. V jednom dotazníku byla odpověď taková, že pravidelně jejich děti žádnou hru nehrají, ale občas se starají o Pou-a.

Ve zbývajícím dotazníku byla zmíněna hra Minecraft, která se dá hrát na počítači, ale také na mobilním telefonu či tabletu. Zde dítě sleduje i to, jak hraje jeho starší sourozenec.

9. otázka

Co říkáte na mateřské školy, které mají televizi, počítače, interaktivní tabule a podobná média a techniku? (klidně se rozepište)

Mnoho rodičů sdílí názor, že technika jako počítače, interaktivní tabule a televize do mateřských škol nepatří, ačkoli ve starším věku může být užitečná. Děti však hodně času sledují televizi doma. Rodiče jsou raději, když se děti v mateřské škole rozvíjí jinými činnostmi. Například pohybovými, tvůrčími, nebo trávením venku. Pokud jsou ale techniky a média používané v citlivé a přiměřené míře, někteří rodiče nemají problém s tím, aby tato zařízení doplnila nějakou řízenou aktivitu. Pouhý jeden dotazník poskytoval informaci, že je v pořádku tyto technologie a média v mateřských školách mít.

10. otázka

Jaký máte názor na to, aby dítě mělo mobilní telefon v mateřské škole/v předškolním věku? Od jakého věku byste dítěti pořídili mobilní telefon?

Ve všech dotaznících se rodiče shodli na tom, že mobilní telefon pro jejich dítě v tomto věku není vhodný. Pořídili by ho až v okamžiku, kdy dítě začne samo chodit do školy, aby s ním v případě nutnosti mohli být v kontaktu a ověřit si, zda je vše v pořádku, tedy pro účel volání a psaní SMS.

Shrnutí kvantitativní části výzkumu:

V této části výzkumu jsem se dozvěděla, že pozorované děti jsou v největším kontaktu s knihami a televizí. Většina těchto dětí sleduje televizi přibližně dvě hodiny a v mnoha případech se rodiče dívají s nimi a povídají si o tom, co viděli. V mnoha případech čtou rodiče dětem také z knih.

Díky dotazníkům dále víme, že hraní dětí obsahuje plno námětových her, jako na maminku či paní učitelku a také plno dětských hraček, jako autíčka, panenky, dětské kuchyňky, puzzle a další. V žádném případě to nebyla zařízení jako mobilní telefon nebo tablet, ani počítačové hry.

Rodiče nesouhlasí s tím, aby jejich dítě vlastnilo v předškolním věku mobilní telefon, nebo aby byla v mateřských školách využívána televize či interaktivní tabule.

6 VÝSLEDKY KVALITATIVNÍ ČÁSTI VÝZKUMU

Na základě pozorování dětí a rodiči vyplněných dotazníků jsem si vybrala dvě děti, na které jsem zaměřila více. Jejich jména jsem pro účely změnila. Jde tedy o dívku Aničku, která má problémy s řečí a chlapce Honzíka, který podle odpovědí v dotazníku tráví s médii oproti jiným dětem nejméně času.

6.1 Honzík (4 roky)

Výsledky z dotazníku

Podle dotazníku, který vyplnili jeho rodiče, **doma televizi nesleduje** (max. 30 minut) ani o ní nejeví zájem. Má staršího sourozence, který také o televizi nejeví zájem. Honzík používá radši ALBI tužku, kterou doma má.

Výsledky pozorování ve školce

O to víc mě překvapilo, když si ve třídě hrál s kamarády na různé pohádkové superhrdiny, jako jsou Spiderman, Batman a Superman.

Jedna taková typická hra, do které se rád zapojoval, byla, že si s kamarádem vybudoval domeček. Potom z něj vybíhali, volali „Já jsem Spiderman“ nebo „Já jsem Batman“ a s gesty, které tito hrdinové zaujímají, běhali po třídě. Bylo znát, že se do postav vžívají a hra je baví. Hra nebyla dlouhá (většinou 5–10 minut), poté ji spontánně přetvořili v jinou, třeba na otce a syna. Opakovaně se k ní však vraceli.

Ptala jsem se Honzíka, zda doma kouká na pohádky. Odpověděl, že občas na DVD a taky u kamarádů. Je tedy zjevné, že kontakt s těmito pohádkami má, ačkoli rodiče tento zdroj v dotazníku nevedli.

Jiný den se chlubil se svým tričkem, na kterém se vyskytovala další pohádková postava Super Mario.

Chlapec se mi po celou dobu pozorování jevil velice živý, někdy až výbušný.

6.2 Anička (3 roky)

Výsledky z dotazníku

U Aničky, které jsou tři roky, rodiče uvedli, že jí doma čtou a povídají si s ní o tom, co viděla v televizi. Patří mezi děti, které podle rodičů tráví s médii více času než ostatní děti v souboru. Sleduje televizi tři hodiny, což je více než u ostatních dětí.

Výsledky pozorování ve školce

Ve třídě se dívka chovala klidně a malovala si či skládala puzzle u stolu. S ostatními dětmi ve třídě nenavazovala příliš kontakt. Většinou kreslila zvířátka nebo různé obrázky a čáry. Na jejich obrázcích nebyly žádné pohádkové postavy.

Při řízené činnosti neudržela pozornost a její komunikační schopnosti a slovní zásoba nejsou dostatečně vyvinuté a jejímu slovnímu projevu nebylo kolikrát rozumět.

Měla jsem dojem, že si s ní rodiče příliš nepovídají. Napadlo mě, že dívka trpí nějakou poruchou řeči, např. vývojovou dysfázií. Paní učitelka mi však toto nepotvrdila. Je tedy možné, že se její řečové dovednosti vyvíjejí pomaleji nežli u jejích vrstevníků.

Když jsem se s Aničkou snažila mluvit, nebylo jí vůbec rozumět. Ani o povídání se mnou nejevila zájem. Její pokusy o kontakt či komunikaci se mnou za celou dobu pozorování bylo, že přišla, ukázala mi hračku a hned zase odešla.

Na rozdíl od ostatních holčiček, které měly velký zájem o současné hrdinky dětských pohádek, ona o ně nejevila zájem. V její činnosti se neobjevovala témata a motivy, které by odpovídaly sledování pohádek a pořadů pro děti.

7 ODPOVĚDI NA VÝZKUMNÉ OTÁZKY

1. Kolik času tráví dítě u televize sledováním pohádek a pořadů pro děti?

Většina pozorovaných dětí tráví dle vyplněných dotazníků u televize sledováním pohádek a pořadů pro děti dvě hodiny.

2. Jaký je postoj rodičů k dostupnosti médií pro jejich děti?

Rodiče pozorovaných dětí (3–5 let) sdílí názor, že používání médií jejich dětmi je prozatím zbytečný. Nesouhlasí s používáním televize a interaktivní tabule ve třídách mateřských škol, které jejich děti navštěvují. Mobilní telefon by svým dětem pořídili až po započetí školní docházky. Doma mají jejich děti možnost sledovat televizi a také jim čtou knihy. Nehrají počítačové hry. Společně prý hovoří o tom, co se v pořadech či pohádkách odehrávalo a jaké z toho mají jejich děti pocity.

3. Jak se média promítají do života (kresby, hry, chování, ...) dětí?

U chlapců se obliba pohádkových hrdinů objevovala ve hře. Vžívali se do rolí „superhrdinů“, jako je Batman nebo Spiderman. Jeden chlapeček říkal, že je Ninja. V dotazníků se nevyskytovala žádná zmínka o těchto pohádkách a postavách, ale později mi došlo, že pořady na TV D, který rodiče hodně zmiňovali, jsou různé a mohou se tam vyskytovat i tyto pohádky.

U dívek je velice populární Ledové království, kdy mají panenky, které znázorňují hlavní dvě postavy Annu a Elzu a měly je i ve třídě. Samy si na ně občas při volné hře hrály. Oblékaly se do šatů, které byly ve třídě k dispozici a tancovaly se slovy, že jsou Elza či Anna a předváděly, že kouzlí.

Také vyplněné dotazníky zmiňovaly tuto pohádku, kde byla vyhodnocená jako jedna z nejsledovanějších.

Aniččiny rodiče uvedli, že jí čtou a povídají si s ní o tom, co viděla v televizi. Její slovní zásoba přitom nebyla vyvinutá přiměřeně jejímu věku a jejímu slovnímu projevu nebylo příliš rozumět. Ačkoli u televize a jiných medií tráví více času nežli ostatní děti v souboru, na jejím chování to nebylo poznat.

Honzík naopak podle rodičů s médii v kontaktu příliš není. Přesto patří do skupinky chlapců, kteří si rádi hrají na výše uvedené hry o superhrdinech.

Na základě pozorování jsem usoudila, že média mají na děti určitý vliv a velice je inspirují různé pohádkové postavy, ale do jejich chování, hry a tvůrčí činnosti zasahuje i plno dalších jiných faktorů jako je prostředí, rodina i jiné vlivy. Kontakt s médii se u nich v nějakých případech nemusí ani projevat.

8 ZÁVĚR

Bakalářská práce se zabývala tématem médií v životech předškolních dětí.

Teoretická část představovala média a to, co lidem přináší a jaký vliv mají na jejich chování. Také dělení a funkce médií. Přibližovala informace o mediální gramotnosti a komunikaci, která má dnes širší pole působnosti než dřív. Velká část se zabývala médii a dětmi. Jak na děti působí televize, počítačové hry, reklama, mobilní telefony či tablety. Dozvěděli jsme se, že média mají pozitivní i negativní dopad. Přináší informace, zábavu, kontakt s druhými, ale mají i dopady na naše chování a zdraví. Překvapilo mě, že výzkumy zaměřené na vliv médií na chování a prožívání dětí nejsou jednoznačné.

Cílem praktické části bylo zmapovat, kolik času tráví děti u televize či s jinými médii. Také zjistit, jaký postoj k tomuto fenoménu zaujímají rodiče pozorovaných dětí a jakým způsobem se zážitky s médii promítají do námětů her a tvorby těchto dětí.

Pro výzkumné šetření byla zvolena kombinace kvalitativního a kvantitativního výzkumu. Kvantitativní část obsahovala dotazníky a jejich výsledky, které byly určeny pro rodiče dětí a kvalitativní část obsahovala sledování námětů her a činnosti dětí ve třídě mateřské školy a důkladnější pozorování dvou vybraných dětí.

Na základě výzkumu jsem došla k závěru, že děti v tomto věku sledují hodně televizi a ve třídě mateřské školy si následně hrají na své oblíbené postavy a hrdiny z pohádek. Kontakt s médii se však nemusí promítat do hry a tvorby všech dětí. Děti nevlastní mobilní telefony a nehrají ani počítačové hry.

Dle výzkumu jsem dále zjistila, že nejoblíbenější pohádky u těchto dětí jsou Prasátko Pepa, Tlapková patrola a Ledové království.

Velice mě překvapily dvě sledované děti. Informace, které jejich rodiče v dotaznících uvedli mi neodpovídají mému pozorování.

U Honzíka v dotazníku rodiče odpověděli, že televizi nesleduje, přitom znal mnohé pohádkové postavy. U Aničky zase tvrdili, že jí čtou a povídají si s ní o tom, co viděla v televizi. Její komunikační schopnosti nejsou však na dobré úrovni. Na těchto situacích se pochopitelně ale mohou podílet i jiné faktory uvedené výše.

Překvapilo mě, že rodiče pozorovaných dětí sdílí názor, že jejich děti v předškolním věku nepotřebují mobilní telefon. Domnívala jsem se, že se hranice, kdy děti vlastní svůj mobilní telefon, posouvá do mladšího věku.

9 SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY

- BETTELHEIM, B. *Za tajemstvím pohádek*. Praha: Nakl. Lidové noviny, 2000, 335 s. ISBN 80-7106-290-1.
- BUERMANN, Uwe. *Jak(pře)žít s médii. Příležitosti a hrozby informačního věku a nové úkoly pedagogiky*. Hranice: Fabula, 2009. ISBN 978-80-86600-58-1.
- GILES, David. *Psychologie médií*. Praha: Grada, 2012, 200 s., ISBN 978-80-247-3921-2.
- JIRÁK, Jan. *Úvod do studia médií*. Brno: Barrister & Principal, 2001, 377 s., ISBN 80-85947-67-6.
- KOPSOVA Kamila a Petr KOPS. *Jak se krotí tygr*. Brno: Edika, 2015, 61 s., ISBN 978-80-266-0806-6.
- KULKA, Tomáš. *Umění a kýč*. Praha: Torst, 2000. ISBN 80-7215-128-2.
- Máma a já*. Děti a počítač. Online magazín pro moderní maminku a miminko. [online]. Praha: ORBIS IN, s.r.o, 2018 [cit. 24.12.2019]. ISSN 1335 - 9320. Dostupné z: <https://www.mamaaja.cz/predskolak/deti-a-pocitac/>
- PAIK Hye-Young a George COMSTOCK. *The effects of television violence on antisocial behavior: A meta-analysis*. Communication Research, 1994, 21, 516-546.6
- PRENSKY, Marc. *Digital Natives, Digital Immigrants. On the Horizont* [online]. MCB University Press, 5/2011, Vol. 9, No. 5. Dostupné z: <https://www.marcprensky.com/writing/Prensky%20-%20Digital%20Natives,%20Digital%20Immigrants%20-%20Part1.pdf>
- PROKOPOVÁ, Alice. *Prosociálnost v kontextu podpory zdraví ve škole. School and Health 21. Současný diskurs zkoumání školy a zdraví* [online]. Brno: MSD s.r.o. 3/2008, 111-112, [cit. 15.12.2019], ISBN 978-80-7392-041-8 Dostupné z: <http://www.ped.muni.cz/z21/knihy/2008/25/25/texty/cze/diskurs.pdf>
- ŘÍČAN Pavel a Drahomíra PITHARTOVÁ. *Krotíme obrazovku. Jak vést děti k rozumnému užívání médií*. Praha: Portál, 1995. ISBN 80-7178-084-7.
- STODŮLKOVÁ Eva a Eliška ZAPLETALOVÁ. *Pedagogika pro střední školy*. Beroun: Machart, 2011. ISBN 978-80-87517-22-2.
- SVOBODOVÁ Eva a Hana ŠVEJDOVÁ. *Metody dramatické výchovy v mateřské škole*. Praha: Portál, 2011, 168 s., ISBN 978-80-262-0020-8.
- ŠEĎOVÁ, Klára. *Děti a rodiče před televizí. Rodinná socializace dětského televizního diváctví*. Brno: Paido, 2007, 157 s., ISBN 978-80-7315-149-2.

Twin Cities. Research Brief: The effects of video game-based exercise in preschool-aged children. In: University of Minnesota [online]. College of Education and Human Development (CEHD), 8.1.2019 [cit. 24.12.2019]. Dostupné z: <https://twin-cities.umn.edu/news-events/research-brief-effects-video-game-based-exercise-preschool-aged-children>

VALENTA, P. a kol.: *Mediální činnosti v předškolním a mladším školním věku*. Praha: Raabe, 2016. ISBN 978-80-7496-222-6.

VAVŘIČKOVÁ, Alena. *Děti a reklama*. Praha: Nakladatelství Bor, 2010, 103 s., ISBN 978-80-86807-44-7.