

UNIVERZITA KARLOVA

FAKULTA SOCIÁLNÍCH VĚD

Institut komunikačních studií a žurnalistiky

Katedra mediálních studií

Bakalářská práce

2019

Jana Hadrboľcová

UNIVERZITA KARLOVA

FAKULTA SOCIÁLNÍCH VĚD

Institut komunikačních studií a žurnalistiky

Katedra mediálních studií

Televize ve světě dnešních dětí a teenagerů

Bakalářská práce

Autor práce: Jana Hadrboľcová

Studijní program: Mediální a komunikační studia

Obor: Mediální studia

Vedoucí práce: Mgr. Jan Miessler

Rok obhajoby: 2019

Prohlášení

1. Prohlašuji, že jsem předkládanou práci zpracovala samostatně a použila jen uvedené prameny a literaturu.
2. Prohlašuji, že práce nebyla využita k získání jiného titulu.
3. Souhlasím s tím, aby práce byla zpřístupněna pro studijní a výzkumné účely.

V Praze dne

Jana Hadrboľcová

Bibliografický záznam

HADRBOLCOVÁ, Jana. *Televize ve světě dnešních dětí a mládeže*. Praha, 2019. 69 str. Bakalářská práce (Bc). Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Institut komunikačních studií a žurnalistiky. Katedra mediálních studií. Vedoucí diplomové práce Mgr. Jan Miessler.

Rozsah práce: 113 899 znaků

Anotace

Dnešní děti a mládež se narodily a vyrůstaly ve světě, jehož běžnou součástí jsou digitální média. Představují generaci označovanou jako digital natives. Tzv. stará média, jako například televize ustupují do pozadí, ale zároveň se snaží držet krok s dobou. Televize byla ještě nedávno nejoblíbenějším a nejsledovanějším médiem. V dnešní době ale její vliv a působnost podle některých výzkumů ustupuje před novými digitálními technologiemi. Právě mladá generace je ta, pro níž je televize ve svém původní podobě staré médium. V minulosti se řada vědců zabývala účinky televize na děti a mládež. V současné době je televize z části regulována zákonem, co se obsahu i způsobu vysílání týká. Zvláště potom Česká televize, která se jako instituce veřejné služby, přímo věnuje i tvorbě pro děti a mládež. V této práci se zabývám vlivem televize na dnešní děti a mládež s ohledem na digitální vývoj a změny ve společnosti, který sebou přinesl, a také vývojem krajiny České televize ve tvorbě pro děti a mládež a její úspěšností u těchto diváků. Díky rozhovoru s dramaturgem dětské kanálu České televize zjišťuji aktuální situaci a přístup České televize k dětským divákům. Pro vyjasnění sledovanosti televize dětmi jsem využila metodu skupinového rozhovoru focus group, během níž jsem u čtyřech skupin dětí různých věkových kategorií, zkoumala způsob sledování televize, její místo v jejich životě i oblíbenost pořadů či programů.

Annotation

Today's children and teen-agers were born and grew up in the world where the digital media are standard part of. They represent a generation called "digital natives". So-called old media, as for example television backs away to the background, but at the same time tries to keep up with the time. Television was just recently the most popular and the most watched media. But today, its influence and activity according to some researches, gives space to the new technologies. Now the young generation is the one, for whom is television in its original form the old medium. In past, row of scientists were concerned about television influence on children and teen-agers. Today, television is partially regulated by law, relating to content and the way of broadcasting. Especially then Czech television, as a public institution is also directly involved in production for children and teen-agers. In this work I am concerned about the influence of television on today's children and teen-agers along with digital evolution and changes in society, which it

brought along, and also about development of Czech television in production for children and teen-agers, and its success with these viewers. Thanks to the interview with the dramaturge of children's channel of Czech television, I try to find out the current situation and the access of Czech television to children's viewers. For clarification of watching television by children, I used the method of group focus discussion, during which in four groups of children in various age categories, I examined the way of watching television, its place in their life and popularity of programs.

Klíčová slova

Děti, mládež, nová média, televize, ČT Děčko, digital natives, regulace, vysílání, účinky médií

Keywords

Children, teenagers, new media, television, CT Děčko, digital natives, regulation, broadcasting, media effects

Title

Television in the lives of contemporary children and teenagers

Poděkování

Na tomto místě bych ráda poděkovala Mgr. Janu Miesslerovi za to, že se zodpovědně ujal vedení mé práce a během jejího psaní výborn komunikoval, rychle reagoval na mé dotazy a poskytoval přínosné rady a doporučení. Mé poděkování patří i mým dětem, rodině a Editě Tečové za trpělivost a podporu.

Obsah:

Úvod.....	2
1. Publikum – děti a mládež.....	4
1.1 Mediální pohled na dětské publikum.....	4
1.1.1 Výzkumy a teorie zabývající se vztahem mládeže k médiím.....	4
1.1.2 Stará a nová média ve vztahu k dětskému divákovi.....	7
1.1.3 Mediální specifika dnešního dětského publika.....	9
1.2 Dětské publikum z pohledu vývojové psychologie.....	12
1.2.1 Předškolní věk.....	12
1.2.2 Mladší školní věk.....	13
1.2.3 Starší školní věk - pubescence.....	15
1.2.4 Střední adolescence.....	16
2. Česká televize.....	18
2.1 Ukotvení vysílání pro děti a mládež zákoně.....	18
2.2 Funkce vysílání pro děti a mládež v ČT.....	20
2.3 Vývoj pořadů pro děti a mládež v ČT.....	22
3. ČT děčko.....	24
3.1 Historie programu.....	24
3.2 Koncept a strategie programu ČT Děčko.....	25
3.3 Web ČT :D.....	27
4. Sledovanost televize dětmi a mládeží – výzkum.....	29
4.1 Metoda výzkumu.....	29
4.2 Realizace.....	31
4.2.1 Skupina dětí předškolního věku.....	31
4.2.3 Skupina dětí mladšího školního věku.....	33
4.2.3 Skupina dětí staršího školního věku.....	36
4.2.4 Skupina mládeže ve věku střední adolescence.....	37
4.3 Výsledky výzkumu.....	40
Diskuze.....	41
Závěr.....	42
Summery.....	46
Použité zdroje a odborná literatura.....	48
Teze.....	49
Seznam příloh.....	52

Úvod

Mediální svět prochází nepřetržitými změnami. Doba, kdy noviny, rozhlas nebo později televize byly jedinými médii a zprostředkovateli informací, dávno minula. Média se musela transformovat do moderního digitálního světa, světa konvergentní kultury a síťových médií. Ta, která to nečinila, buď zanikla nebo ztratila svůj význam.

Díky technologickému vývoji dochází i k vývoji společenskému. Z tohoto pohledu dnešní děti již vstupují do plně medializovaného světa, jehož hlavní součástí jsou i digitální média. Tyto děti jsou již označovány jako *digital natives*, tedy digitální domorodci a je pro ně přirozené a běžné užívání digitálních technologií.

Televize byla ještě poměrně nedávno nejoblíbenějším a nejsledovanějším médiem. Jako staré médium prošla i ona spoustou změn a do tohoto světa vstupuje už i jako digitální, konvergentní médium.

Ve své práci se zaměřuji na vztah dnešních dětí k televizi, jakým způsobem ji využívají, pokud ji vůbec využívají, a jaký pro ně má význam. Zda transformace televize pomohla k tomu, aby ji děti stále reflektovaly nebo zda její význam a oblíbenost mizí před chytrými telefony, které nabízejí rozšířené možnosti využívání.

Dříve a vlastně i nyní se hojně diskutuje na téma negativních účinků sledování televize na děti a mládež. Dnešní doba umožňuje daleko lepší dostupnost dětí k různým médiím i k televizi. Zajímalo mě proto, jak dnešní média, konkrétně Česká televize, která je regulována zákonem, pracuje s touto skutečností, a jakou proměnou prošla. Navzdory tlaku digitálních médií totiž stále zůstává v našich domácnostech a děti ji poměrně hojně sledují, což se podle výzkumů i ukazuje. Co se stalo, že toto tzv. staré médium ještě stále může přitahovat děti, které mají v tomto světě daleko větší možnosti mediálního vyžití, než měli jejich rodiče a prarodiče, v jejichž světě televize vznikla? Jaké místo v životě dnešních dětí televize zaujímá?

V první kapitole se zaměřuji na aktuální dětské publikum, jeho vývojová specifika, nároky a potřeby. Pro pochopení situace, ve které se dnešní děti nachází, jsem se nejprve věnovala naznačení vývoje, který přináší změny, do kterých se dnešní děti již narodily, a vyrůstají v nich.

Druhá kapitola patří televiznímu vysílání, které má své ukotvení a regulace uvedené v zákoně, jenž se snaží co nejvíce chránit dětského diváka před negativními účinky televize. Zaměřuji se na vysílání pro děti a mládež v České televizi, která jako instituce

veřejné služby má též za úkol vyrábět pořady pro děti, vysílat je a celkově vysílání pro děti a mládež věnovat pozornost.

S tím souvisí i třetí kapitola, která patří dětskému vysílání stanice České televize ČT Děčko.

Ve svém původním záměru jsem měla i analýzu jednotlivých pořadů dětské stanice ČT Děčko, ale v průběhu práce, jsem se přiklonila k tomu, že pro lepší uchopení problému, tedy jaká je role televize ve světě dnešních dětí a mládeže, bude přínosnější zaměřit se především na diváka, nikoli na analýzu pořadů, které jsou mu nabízeny. Nicméně jsem pozornost věnovala i pořadům, ale obecněji a z pohledu strategie vysílání dětské televize ČT Děčko. Čtvrtá kapitola je určena praktické části. V této kapitole jsem se přímo zaměřila na dětského diváka a pomocí metody *focus group*, která mi v tomto případě přišla vhodnější než v tezích uvedená metoda zakotvené teorie. Zkoumala jsem vztah dětí k televizi. Zaměřila jsem se na čtyři kategorie dětí ve věku 4 až 18 let, tedy skupinu, jež popisuje vývojová psychologie jako dětství a dospívání. S nimi jsem postupně vedla diskusi na téma televize a její místo v jejich životech.

1. Publikum

Děti a mládež jsou snad již od počátků vzniku televize a jejího vysílání skupinou, na niž je zaměřena pozornost řady vědců, psychologů, sociologů i provozovatelů vysílání. Je to zapříčiněno tím, že právě tato skupina je specifická a odděluje se od dospělého diváka vnímáním médií a zpracováváním jejich obsahů. Na dětské publikum existují různé pohledy, které můžeme rozdělit na psychologické a mediální. Nejprve se zaměřím na pohled mediální.

1.1 Mediální pohled na dětské publikum

Vlivu televize na děti a mládež a také jejich vztahu k tomuto médiu je věnováno velké množství studií, a to právě proto, že již první výzkumy ukázaly, že právě děti tráví před obrazovkou spoustu svého volného času a že právě ony jsou specifickým publikem, a to díky jejich mentálnímu vývoji.

1.1.1 Výzkumy a teorie zabývající se vztahem mládeže k médiím

Mnoho studií se snažilo objevit souvislost mezi násilím v televizi a následným agresivním chováním diváků těchto pořadů. Nejznámější je nejspíše výzkum vedený Albertem Bandurou, v němž vystupovala panenka Bobo.¹ Výzkum spočíval v tom, že skupina dětí sledovala v televizi, jak dospělý muž mlátí do panenky. Kontrolní skupina dětí sledovala, jak si dospělý muž hraje poklidně s hračkami. V místnosti s dětmi byla při sledování videa i panenka, jež byla v záznamu. Děti ze zkoumané skupiny potom v pauze strávily výrazně delší čas bušením do panenky než z kontrolní skupiny děti, které agresivní chování nesledovaly. Řada vývojových psychologů tímto výzkumem a jeho výsledky často deklarovala negativní účinky násilí v animovaných filmech.²

Jedním z prvních sociologů, který zkoumal vliv televize na děti, byl George Gerbner, který se svými spolupracovníky provedl rozsáhlé výzkumy, ve nichž analyzovali vzorky všech hlavních amerických kanálů od roku 1967 až do počátku 80. let.³ Ve svých výzkumech sledovali a vyhodnocovali scény, ve kterých byl násilný čin. Násilí bylo definováno jako použití fyzické síly či hrozba jejího použití vůči sobě nebo druhým osobám, směřující

¹ BANDURA, ROSS a ROSS. *Observational Learning and the Bobo Doll* [online]. 2007 [cit. 2019-05-10]. Dostupné z: <https://files.eric.ed.gov/fulltext/ED499095.pdf>. University of Connecticut.

² GILES, David. *Psychologie médií*. Praha: Grada, 2012. Z pohledu psychologie. ISBN 978-80-247-3921-2. str. 25

³ GIDDENS, Anthony. *Sociologie*. Praha: Argo, 1999. ISBN 80-7203-124-4. str. 366

k ublížení nebo smrti.⁴ Výzkum zjistil, že až osmdesát procent všech televizních programů právě takové scény obsahuje. Přičemž v programech pro děti bylo násilí ještě více.

Nejvyšší procento násilí se podle Gerbnera vyskytoval právě v kreslených filmech, tedy v pořadech určených pro děti. Tuto okolnost potvrzují i výzkumy národní americké studie televize a násilí z roku 1998.⁵

Vlivem násilí na chování diváků se zabýval i F. S. Anderson, který pracoval s výsledky 67 studií vytvořených v letech 1956 až 1976.⁶ Souvislost mezi sledováním násilných scén potvrdily asi tři čtvrtiny studií, dvacet procent z nich nedospělo k žádným konkrétním závěrům, a dokonce tři procenta hovořila pro zjištění, že násilí na televizní obrazovce agresivitu snižuje. Lowery a DeFleur v roce 1995 ve své studii shrnují, že výzkum z konce šedesátých let přinesl tyto poznatky: 1) obsah televizního vysílání je prosycen násilím, 2) děti jsou víc a víc vystavovány působení násilného obsahu a 3) celkové důkazy podporují hypotézu, že sledování násilné zábavy zvyšuje pravděpodobnost agresivního chování.⁷

Wartella se svým kolektivem v roce 1998 sestavili tři základní teoretické modely, které popisují proces učení u dětí a napodobování násilí v televizi. K těmto modelům patří „teorie sociálního učení“ sociologa Alberta Bandury. Tato teorie, podložená řadou výzkumů, poukazuje na učení dětí z mediálního modelu chování, které je odměněno, nebo potrestáno.⁸ Dalším modelem jsou tzv. „poučné účinky“, které popsal Berkowitz. Popisuje, že sledováním násilí se aktivuje další podobné myšlení a související pocity, které zvyšují možnost užití násilného chování k jiným lidem. Třetím modelem je teorie Huesmanna z roku 1986, která tvrdí, že právě sociální chování je určováno jakýmsi scénářem, který ukazuje, jak na určité události reagovat.⁹ Televizní násilí je předkládáno tak, že právě v návaznosti na agresivní scénáře přivádí k dalšímu násilí. Důležité je ovšem brát v potaz i sociální prostředí, ze kterého dítě vychází a ve kterém televizi sleduje.

Groebel se v roce 1998 odvolával na celosvětový průzkum určený pro UNESCO, zaměřený na násilí v televizi, z něhož taktéž vyplývá rozšířenost násilí ukazovaného v televizi, a také ukazuje, že děti, zejména chlapci jsou přitahováni a nadšeni agresivními

⁴GIDDENS, Anthony. Sociologie. Praha: Argo, 1999. ISBN 80-7203-124-4. str. 366

⁵ MCQUAIL, Denis. Úvod do teorie masové komunikace. 4., rozš. a přeprac. vyd. Praha: Portál, 2009. ISBN 978-80-7367-574-5, str.497.

⁶ Tamtéž. Str. 496

^{7 7} BANDURA, ROSS a ROSS. *Observational Learning and the Bobo Doll* [online]. 2007 [cit. 2019-05-10]. Dostupné z: <https://files.eric.ed.gov/fulltext/ED499095.pdf>. University of Connecticut. 202006.pdf. Analýza. NATIONAL FORUM OF APPLIED EDUCATIONAL RESEARCH JOURNAL.

⁹ MCQUAIL, Denis. Úvod do teorie masové komunikace. 4., rozš. a přeprac. vyd. Praha: Portál, 2009. ISBN 978-80-7367-574-5. Str. 497.

hrdiny z televizních filmů či seriálů. Například Terminátora, kterého ztvárnil Arnold Schwarzenegger ve stejnojmenného sci-fi snímku, znalo 88 % dětí z celého světa.¹⁰ Groebel ve svém výzkumu uvádí, že násilí je v televizi ukazováno přitažlivou formou a v příznivých souvislostech, a také že uspokojuje různé potřeby, čímž je například kompenzace vnitřní frustrace a zejména chlapcům přináší atraktivní vzory. Objevují se ovšem i pozitivnější zprávy z výzkumu např. Perseové, která uvádí, že zobrazování násilí v médiích umožňuje uvolnit nepřímou agresivitu a škodlivé emoce.¹¹

V dnešní době je tvrzení o účincích sledování televize na agresivitu u dětí považováno za prokázané. Nabízí se ovšem myšlenka, že pokud se děti dokáží učit z televize agresivnímu chování, zda se pak mohou stejným způsobem naučit i prosociálnímu chování. Na tuto otázku se pokusili odpovědět Rubinstein a Spratkin. Analyzovali programy, které sledují děti a hledali souvztažnost s jejich chováním. U pořadů prosociálních ale zjistili jen mírný vliv. S ostatními vědci se ovšem shodují na velmi výrazném vlivu příliš častého sledování televize na agresivní chování dětí.¹² Rozpor mezitím, zda agresivní děti z televize přejímají a prosociální chování téměř ne, by se možná dal vysvětlit poukázáním na typy pořadů z nichž je televizní vysílání sestaveno. Běžné vysílací schéma nabízí výrazně více obrazů násilí než prosociálních pořadů. Nyní se nabízí otázka, zda by pořady s prosociální tematikou neměly výraznější vliv, pokud by to byly jediné mediální obsahy, které by děti přijímaly.¹³

Pomineme-li agresivitu dětí a obavy z násilí vyvolaného sledováním televize, existuje řada dalších obav i očekávání, která vyplývají z výzkumů dalších vědců. Např. Schramm a kolektiv 1961, Noble 1975, Buckingham 2002 nebo Livingstone 2002, kteří se též touto problematikou zabývali. Výsledky těchto výzkumů hovoří o vzrůstající sociální izolaci, méně pozornosti a času na domácí povinnosti a úkoly, narůstání pasivity, ubývající zájem o čtení, méně času na pohyb, dokonce i narůstající sklony k depresím, nezdravé stravování nebo podřívání autority rodičů. K pozitivním účinkům televize připisují výzkumy například poskytnutí základny pro sociální interakce, učení společenskému chování,

¹⁰ MCQUAIL, Denis. Úvod do teorie masové komunikace. 4., rozš. a přeprac. vyd. Praha: Portál, 2009. ISBN 978-80-7367-574-5. Str. 497.

¹¹ Tamtéž. Str. 497 – 498.

¹² ŠEĎOVÁ, Klára. *Děti a rodiče před televizí: rodinná socializace dětského televizního diváctví*. Brno: Paido, 2007. ISBN 978-80-7315-149-2. str. 26.

¹³ ŠEĎOVÁ, Klára. *Děti a rodiče před televizí: rodinná socializace dětského televizního diváctví*. Brno: Paido, 2007. ISBN 978-80-7315-149-2. str. 26-27.

získávání informací a povědomí o světě a také rozvoj představivosti.¹⁴

K aktuální situaci a vlivům televize a dalších médií na vývoj dnešních dětí a mládeže, zvláště pak těch digitálních a konvergentních, se vyjadřuje i neurovědec Manfred Spitzer, který se zabývá výzkumem mozku, jeho neuroplasticity a vývoje. Ten míní, že život současných dětí je životem v digitálním světě moderní a informační techniky. Ráno dítě budí mobilní telefon, po probuzení hned zkontroluje nové zprávy a celý den opět zůstává online.¹⁵ Tím poukazuje především na výše uvedené negativní účinky, jež sebou média přinášejí.

1.1.2 Stará a nová média ve vztahu k dětskému divákovi

Život dnešních dětí a mládeže je velice rozdílný od života, v němž vyrůstali jejich rodiče či prarodiče. Pro ně v době jejich dětství a dospívání byla hlavním a nejdostupnějším médiem televize. Dnešní děti vstoupily do již digitálního světa, ve kterém jsou přímo obklopeny médii.

Televize se ve své původní podobě a způsobu využívání řadí k tzv. starým médiím. Jako další stará média vnímáme např. tisk nebo rozhlas. Současný svět je zaplněn digitálními či konvergentními médii a televize se v tomto směru může zdát médiem zastaralým, které ustupuje do pozadí. Společnost dnes žije ve světě tzv. nových médií.

Chunová ve své studii popisuje, jak zhruba v polovině devadesátých let pojem nová média téměř vytlačil v té době užívaný termín multimédia a působil až nepřátelsky, protože odkazoval k jiným médiím jako ke starým nebo dokonce mrtvým.¹⁶ Přitom tzv. nová média ve velké většině jen rozšiřují možnosti médií, jež jsou nazývána starými. Pojem nová média je značně relativní a je určen i časem. Média, která byla nová před několika lety, jsou nyní překonána dalšími novými médii. O nových médiích se též hovoří jako o těch interaktivních. Televize, spolu s dalšími starými médii tak vstoupila do nového prostředí nové kultury. Ta je ale blízká a přirozená dnešním dětem, protože v ní vyrůstají. Henry Jenkins toto prostředí formuloval jako „konvergentní kulturu“. Týká se změny, která souvisí se souhlasnými, ale i konfliktními aktivitami účastníků komunikace.

¹⁴ MCQUAIL, Denis. Úvod do teorie masové komunikace. 4., rozš. a přeprac. vyd. Praha: Portál, 2009. ISBN 978-80-7367-574-5. Str. 497-498.

¹⁵ SPITZER, Manfred. *Digitální demence: jak připravujeme sami sebe a naše děti o rozum*. Brno: Host, 2014. ISBN 978-80-7294-872-7. Str. 187

¹⁶ ČERMÁK, Miloš, OSVALDOVÁ, Barbora a Alice NĚMCOVÁ TEJKALOVÁ, ed. *Žurnalistika v informační společnosti – digitalizace a internetizace žurnalistiky: proměny a perspektivy žurnalistiky v epoše digitálních médií aneb nová média teoreticky i prakticky*. V Praze: Karolinum, 2009. ISBN 978-80-246-1684-1. Str. 47.

Především zdůrazňuje participaci vytvářející se kultury. Publikum vnímá jako aktivní účastníky mediálního prostředí. Jenkins popisuje konvergentní kulturu jako vztah mezi třemi aktivními koncepty, kolektivní inteligencí, mediální konvergencí a participativní kulturou, a to v tom smyslu, kdy se posouvá obsah vázaný na konkrétní, specifické médium k obsahům, které jsou dostupné prostřednictvím nejrůznějších mediálních kanálů.¹⁷ „Dochází tak k vyšší provázanosti komunikačních systémů a k rozmanitějším možnostem přístupů k těmto mediálním obsahům. Vztahy mezi korporátními médii a publikem se stávají komplexnější a umožňují publiku v rámci kultury konvergence na mediálních obsazích participovat (Jenkins, 2006).“¹⁸ Změna nastává v mnoha směrech a též na straně publika, kdy právě Jenkins poukazuje na tzv. migrační chování. Tato mediální publika vyhledávají v mediálním světě obsahy, které chtějí sledovat, a nečekají jen na to, co je jim bezprostředně předkládáno.¹⁹

S kulturou konvergentních médií přichází i pojem participativní kultura, která se opírá o myšlenku, že z původního tzv. pasivního publika, se stává publikum aktivní, které může vstupovat do mediálního světa svými mediálními obsahy, což je umožněno především díky technologickému vývoji a novými možnostmi digitálních médií. Jenkins v této souvislosti nevnímá nové publikum a producenty odděleně, tak jako tomu bylo dříve, ale právě jako participanty, kteří mohou spolupracovat dle nově vymezených pravidel.²⁰ Kolektivní inteligenci, jež doplňuje trojici vytvářející konvergentní kulturu, Jenkins vysvětluje jako mediální spotřebu, jež se stává kolektivním procesem. „Můžeme ji také vidět jako alternativní zdroj mediální moci. Jak tuto moc využívat se učíme v každodenních interakcích v rámci konvergentní kultury, protože nikdo nemůže vědět všechno, ale každý ví něco. Tyto části se mohou dát dohromady a publikum může sdílet zdroje a dovednosti (Jenkins, 2006:4).“²¹

V době konvergentní kultury se nabízí myšlenka, že právě stará média přijdou o své diváky, především o ty mladé, kteří už vyrůstají ve světě digitálních médií, a tedy pravděpodobně dají přednost novým médiím jako je internet s technologiemi jako je

¹⁷ JENKINS, Henry a Mark DEUZE. *Editorial- Convergence Culture* [online]. 2008 [cit. 2019-05-10]. Dostupné z: <https://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/1354856507084415>

¹⁸ ADLEROVÁ, Vanda. Kultura konvergence – konvergentní kultura. *MEDKULT* [online]. 2015, 2015(9), 1 [cit. 2019-05-04]. Dostupné z: <http://medkult.upmedia.cz/Keywords/kultura-konvergence/>

¹⁹ JENKINS, Henry a Mark DEUZE. *Editorial- Convergence Culture* [online]. 2008 [cit. 2019-05-10]. Dostupné z: <https://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/1354856507084415>

²⁰ JENKINS, Henry a Mark DEUZE. *Editorial- Convergence Culture* [online]. 2008 [cit. 2019-05-10]. Dostupné z: <https://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/1354856507084415>

²¹ Tamtéž.

počítač, tablet nebo mobilní telefon. Ovšem podle studie Jakuba Macka televize v Česku neumírá.²² Stále u nás patří mezi nejčastěji sledované médium, a to i u mladší generace. Její vliv je tedy stále významný, což je nejspíš způsobeno proměnou, jakou televize prošla. V dnešní době ji můžeme nazvat konvergentním médiem.

Televize od doby svého vzniku byla vlivem nových technologií přinucena ke změnám a velice záhy se z ní díky teletextu stalo konvergentní médium, které se dále rozvíjelo a rozvíjí. Z analogového vysílání přešla na digitální a je možné sledovat ji i na síti. Má své internetové stránky, je možné pustit si vysílání i z chytrého telefonu. Většina nových televizorů nabízí i propojení s internetem a další možnosti, jako je zaznamenání oblíbeného pořadu atp. Technologicky tedy televize nabízí svým divákům možnosti nového média. Zatímco dřívější televizní diváci byli především pasivní, dnešní média nabízí aktivní přístup a reagují tak na situaci ve společnosti, kterou Henry Jenkins nazval konvergentní kulturou. Dnešní diváci sledují televizi z chytrých telefonů, stahují si pořady, oblíbené filmy a často seriály, které sledují v jimi vybraném čase. Sledování televize často kombinují s jinými mediálními aktivitami, jako je například komunikace na sociálních sítích, hraní her na internetu apod.²³

Navazují a využívají nově nastaveného modu, kdy se z konzumenta stává i producent, což nazýváme nástupem tzv. produživatelů (*producers*). V dnešní době je rozmach těchto produživatelů skutečně značný a významný. Například podle oficiálních statistik internetového video portálu YouTube, bylo ze začátku roku 2015 každou minutu nahráno 300 hodin videí.²⁴ Tento trend je blízký právě mladší generaci diváků a dospívající mládeži.

1.1.3 Mediální specifika dnešního dětského publika

Jedním z pohledů na dětské publikum může být jeho dostupnost k mediálním technologiím. Děti a mládež žijí v prostředí plném médií a je pro ně přirozené obklopovat se novými technologiemi. S tím souvisí i přístup rodičů, kteří často tuto aktivitu podporují a svým dětem tyto technologie pořizují.²⁵ Zajímavé jsou výsledky výzkumu životního stylu

²² MACEK, Jakub. *Média v pohybu: k proměně současných českých publik*. Brno: Masarykova univerzita, 2015. ISBN 978-80-210-8033-1. str.92.

²³ SPITZER, Manfred. *Digitální demence: jak připravujeme sami sebe a naše děti o rozum*. Brno: Host, 2014. ISBN 978-80-7294-872-7. Str. 45

²⁴ MORAVEC, Václav. *Média v tekutých časech: konvergence audiovizuálních médií v ČR*. Praha: Academia, 2016. Společnost (Academia). ISBN 978-80-200-2572-2. Str.72

²⁵ Tamtéž.

děti z let 2014 a 2015, které poukazují na mediální vybavenost dětských pokojů. Dle tohoto výzkumu je stále nejrozšířenějším mediálním vybavením knihovna (mělo ji 86 % dětí a dospívajících). Dalšími médii nejčastěji se vyskytujícími v pokojích dětí a dospívajících byly v roce 2015: mobilní telefon (63 %), televizor (51 %) a přehrávač CD (44 %).²⁶ Největší nárůst byl zaznamenán u vybavenosti počítači, které jsou napojeny na internet, kdy v roce 2008 mělo toto vybavení v dětském pokoji 28 % dětí a dospívajících, zatímco v roce 2015 toto procento stoupl na 43 %. Přičemž mizí walkmany a discmany, které jsou nahrazovány MP3 přehrávači, nebo je hudba poslouchána přímo z počítačů, které mají různá audio připojení.²⁷ Z výzkumu vyplývá, že v současné době dochází k zásadní změně vybavenosti dětských pokojů, která usnadňuje této populaci příjem mediálních obsahů. Jedním z hlavních trendů je vlastnictví chytrého telefonu a tabletu, jímž disponuje podle výzkumu minimálně půlka dětské populace. Podle studií Macka i přes veškerou konkurenci digitálních médií televize stále vstupuje do životů dětí a mládeže. Díky dobré dostupnosti a technologické vybavenosti je pro děti a mládež atraktivní.²⁸

Dalším pohledem je jakási křehkost a zranitelnost dětského diváka, kdy mediální obsahy zpracovává rozdílným způsobem než dospělý divák. Většina starších výzkumů vnímá dětské publikum jako jaksi „nesvéprávné“, pasivní a díky svým vývojovým možnostem vystavené silným a přímým účinkům médií. Ale i toto publikum již žije v době konvergentní kultury, která je formuje.

Strasburger a Wilsonová (2002) hovoří o třech důvodech, proč děti vnímat jako specifické publikum: 1) děti mají málo zkušeností a vědomostí z reálného světa, 2) mají málo zkušeností s médii a za 3) jsou silně disponované k učení."²⁹ Podle teorie zázračné stěly nebo též injekční jehly, kdy se hovoří o nechráněnosti příjemce vůči ovlivnění, jsou děti nastaveny nekriticky přijímat informace a také hůř rozlišují, co je realita a co fikce předkládaná televizí.³⁰ V této teorii se předpokládá více méně přímý účinek na chování diváka v souladu se zájmem iniciátora. Toto chování diváka se mění v souvislosti

²⁶ MORAVEC, Václav. *Média v tekutých časech: konvergence audiovizuálních médií v ČR*. Praha: Academia, 2016. Společnost (Academia). ISBN 978-80-200-2572-2. Str. 63.

²⁷ Tamtéž.

²⁸ MACEK, Jakub. *Média v pohybu: k proměně současných českých publik*. Brno: Masarykova univerzita, 2015. ISBN 978-80-210-8033-1. str. 92-93

²⁹ ŠEĎOVÁ, Klára. *Děti a rodiče před televizí: rodinná socializace dětského televizního diváctví*. Brno: Paido, 2007. ISBN 978-80-7315-149-2. str. 29.

³⁰ MCQUAIL, Denis. *Úvod do teorie masové komunikace*. 4., rozš. a přeprac. vyd. Praha: Portál, 2009. ISBN 978-80-7367-574-5. str.484.

s mediální vyspělostí a u dětí i s postupným vyspíváním fyzickým a mentálním. To souvisí též s teorií Stuarta Halla o kódování a dekódování, kdy dětský divák může jinak dekódovat mediovaná sdělení, a tudíž si je i jinak vysvětlit, popř. ho mohou ovlivnit jiným způsobem, než je zamýšleno.³¹ Pasivita dětského diváka souvisí jistě i s věkem, kdy se můžeme domnívat, že čím mladší divák, tím pasivněji přijímá mediované obsahy.

S rozvojem digitálních technologií je ale třeba přehodnotit pasivitu dětského diváka. Skupina dnešních dětí a dospívajících reaguje na společenský vývoj a společně s ním přijímá nové principy a technologie, které jim vstupují do života a ovlivňují tak jejich osobní vývoj. Generace dnešních dětí a mládeže spadá do skupiny, která je vědci nazývána „generací Z“. Patří do skupiny lidí, kteří se narodili po roce 1996 a jsou definováni životem ovlivněným prudkým technologickým vývojem. Charakteristický je pro ně přirozený vztah k technologiím i s hrozbami s nimi spojenými, jakými jsou například závislosti na médiích, což může mít vliv i na rozvoj osobní komunikace a dovednosti s ní spojené. Tato generace se narodila do světa, kdy se digitální média stávala součástí běžných životů. Říká se o nich, že se narodili s mobilním telefonem v ruce. Jsou prvními opravdovými „*digital natives*“, tedy těmi, kteří vyrostli v přítomnosti sociálních médií, ve společnosti mobilních telefonů a různých aplikací. Termín „*digital natives*“ zavedl americký publicista a pedagog Marc Prensky ve svých článcích. Jiní hovoří o „*google generation*“.³²

Označení „*digital native*“ vychází z pojmu *native speaker*, tedy rodilý mluvčí. Naznačuje, že jazykem této generace je právě jazyk digitálních médií. Podle jedné z definic je tzv. digitální domorodec buď trvale nebo alespoň převážnou většinu svého času připojen na internet, kde je ve spojení s přáteli, rodinou, poslouchá hudbu, a to třeba i v případě, že sleduje televizi nebo hraje videohru. V současné české domácnosti, která je nasycena digitálními, mediálními technologiemi, nejsou rodiče často schopni kontrolovat veškeré stimuly, se kterými se jejich dítě setkává.³³ Kontrola nad mediálním světem dětí je v dnešní době složitá, a to především díky snadné dostupnosti různých technologií. Manfred Spitzer uvádí, že tato generace dává přednost počítačům a tabletům před čtením knih a učením se z klasických učebnic. Potenciál, který přináší prudký rozvoj

³¹ DURHAM, Meenakshi Gigi a Douglas KELLNER, ed. *Media and cultural studies: keywords*. Malden, Mass.: Blackwell Publishers, 2001. *Keywords in cultural studies*, 2. ISBN 0-631-22096-8. Str. 163-173

³² SPITZER, Manfred. *Digitální demence: jak připravujeme sami sebe a naše děti o rozum*. Brno: Host, 2014. ISBN 978-80-7294-872-7. str. 185

³³ ŠEĎOVÁ, Klára. *Děti a rodiče před televizí: rodinná socializace dětského televizního diváctví*. Brno: Paido, 2007. ISBN 978-80-7315-149-2. str. 29.

technologií, využívají na doraz.³⁴

Nabízí se hypotéza, že pro tuto generaci je televize jako médium zastaralé a že ji využívají minimálně. Z výzkumu Životního stylu dětí a mládeže LSS z roku 2014-2015, ovšem vyplývá, že televize je stále významnou součástí života této generace a stále ji značně ovlivňuje. Ukazuje se, že jak zahraniční dětské kanály, tak i ten český, který vznikl v roce 2013 v České televizi, prosperují a mají stále velké množství dětských diváků, které se nezmenšuje. Možná je to způsobeno i tím, že televizi nevyhledávají jen děti, ale také jejich rodiče, kterým možnost jejího sledování nabízí větší kontrolu nad mediálními obsahy, které dítě sleduje, než při užívání jiných médií.

1.2 Děti a mládež jako diváci z pohledu vývojové psychologie

Děti a mládež jako publikum a příjemce mediálních obsahů je nutné vnímat nejen z pohledu mediálního a společenského vývoje, ale také z pohledu vývojové psychologie. Valná část výzkumů dnes spíše nesouhlasí s tím, že by děti nebyly schopny dostatečně chápat a rozlišovat složitosti televize. Zásadní oblastí se stává otázka věku, kdy děti dokáží odlišit realitu od fikce.³⁵ Skupina diváků spadající do kategorie „děti a mládež“ je velmi široká a je nutné ji rozčlenit a vnímat z pohledu psychologie vývojové, sociální a psychologie osobnosti. Je tedy třeba přijmout pohled, který je diferencovanější a bere v úvahu specifčnosti jednotlivých vývojových etap psychiky dítěte a dospívajícího.

1.2.1 Předškolní věk

Začneme-li etapou nazvanou předškolní věk, hovoříme o dětech zhruba od 3 do 6ti let věku. Pro tuto skupinu je typické, že zejména z předškolního věku si člověk odnáší jakési životní poselství či motto, které pak ovlivňuje celý jeho život. Základem je celkový pocit z okolního světa a sebe sama. Důležitou roli zde hrají konkrétní zážitky a zkušenosti. Pro další pozitivní vývoj dítěte je třeba, aby dítě získalo přesvědčení, že lidé, kteří jsou pro ně nejbližší, je mají rádi a přijímají je, že jejich chování není nepředvídatelné, že svět kolem něj je bezpečným místem. I v tomto věku se děti zapojují do mediálního světa. V tomto případě záleží na vlivu rodičů a dalších, dítěti blízkých osob, jaké technologie dají dítěti

³⁴ SPITZER, Manfred. Digitální demence: jak připravujeme sami sebe a naše děti o rozum. Brno: Host, 2014. ISBN 978-80-7294-872-7. str. 185

³⁵ GILES, David. Psychologie médií. Praha: Grada, 2012. Z pohledu psychologie. ISBN 978-80-247-3921-2. str. 130.

k dispozici.³⁶

Při posuzování vlivu televize na tuto věkovou kategorii je třeba vzít v úvahu, že základem jistot dítěte je to, co je vizuálně prezentováno.³⁷ V žádném jiném věkovém období dítě nevěří tolik tomu, co vidí. Navíc ve vizuální prezentaci nerozlišuje příliš mezi tím, co je skutečná realita, a tím, co je fikce. Vliv televize je z tohoto hlediska maximální a má magické možnosti.³⁸ Z psychologického pohledu pro předškolní děti platí, že to, co vidí a vnímají v televizi, by mělo být možné komunikovat s jejich rodiči nebo jinými blízkými osobami. Tedy pořady pro tyto děti by měly být ideálně vysílány tak, aby je mohly děti sledovat společně s rodiči. Základní televizní formou je pohádka. Ať už hraná, animovaná, s mluveným slovem nebo bez něj. Pohádky pro předškolní děti by měly mít jednoduchou strukturu, jasné určení dobra a zla, jasné profily postav a jasný řád, který směřuje a podporuje k dobrému konci.³⁹ Avšak některé animované seriály nabízejí obsah, v němž je legrace a zábava spojena s násilím až brutalitou – viz Tom a Jerry apod. Příběh je založen na řadě akčních scén a situací, které nejsou předvídatelné, a ve kterých není příliš mnoho děje. Tyto formy uvádí např. Macek ve svých statích za zcela nevhodné, protože právě v tomto věku si děti lehce vytvoří postoj, že brutalita a násilí jsou úspěšné a přirozené formy chování, protože jsou jim nabízeny jako zdroj zábavy a humoru. Krom pohádek jsou ještě pro předškolní děti vhodným typem programu aktivizující pořady, resp. takové pořady, které jim ukazují a nabízejí podněty nejrůznějších činnostech, např. ke zpěvu, cvičení, pohybu, vyrábění atp.

1.2.2 Mladší školní věk

Následující vývojovou etapou jsou děti školního věku. Tak jsou definovány děti mezi šestým a desátým rokem života.⁴⁰ Děti v tomto věku procházejí velkými vnitřními změnami, a proto je i zásadní rozdíl mezi dítětem šestiletým a desetiletým. Obecnou charakteristiku budeme jen těžko hledat. Vedle role syna či dcery přibývá role školáka, která je dominující a potvrzuje vlastní normalitu. Děti v tomto věku už nemají touhu poznat toho co nejvíce, ale začínají se zaměřovat na kvalitu. Vývojovým úkolem tohoto

³⁶ VÁGNEROVÁ, Marie. Vývojová psychologie: dětství, dospělost, stáří. Praha: Portál, 2000. ISBN 80-7178-308-0. Str. 102 - 104

³⁷ Tamtéž.

³⁸ MACEK, Petr. Televizní vysílání pro děti a mládež – psychologický pohled. *Pedagogika*, Praha: PedF UK Praha, 2000, roč. 50, č. 3, str. 246-255. ISSN 3330-3815.

³⁹ Tamtéž.

⁴⁰ VÁGNEROVÁ, Marie. Vývojová psychologie: dětství, dospělost, stáří. Praha: Portál, 2000. ISBN 80-7178-308-0. Str. 148-152

období je získávání kompetencí a podpora iniciativy (Erikson 1969). Dospělí jsou pro děti v tomto věku autoritou a referenční osobou pro jejich sebehodnocení. Pro dítě je velmi důležité být oceňováno a též, aby mělo pocit, že někam patří. Vědomí vlastní jedinečnosti ustupuje potřebě zařadit se do nějaké skupiny, party, školní třídy, sportovního kroužku apod.⁴¹

V tomto období je vliv televize nejsilnější právě v ohledu utváření osobnosti. Samozřejmě není možné vnímat působení televize izolovaně, ale ve spojitosti s dalšími činnostmi, zkušenostmi a aktivitami. Právě v tomto věku vnímají děti v domácnosti bez televize její absenci, protože je to odděluje od standardní komunikace mezi vrstevníky, a tudíž oslabuje jejich pozici ve skupině.⁴² Děti této věkové skupiny mají velmi široký záběr ve sledování programů. Uplatňují se v podstatě všechny žánry od pohádky přes seriály, hrané filmy s dětskou, dobrodružnou či sci-fi tematikou po soutěžní a hudební pořady. Vysílání veřejnoprávní televize by nemělo konkurovat komerčním televizím, zejména ne v prezentaci zahraničních filmů a seriálů z odlišného kulturního prostředí. Tuto produkci by mělo spíše doplnit vhodnou alternativou.⁴³

Tyto děti hledají v televizi aktuálnost, tedy především reálné příběhy ze života a také možnost daný příběh prožívat společně s postavou, která nějakým způsobem může uskutečnit něco, co reálný život nedovoluje, např. kouzlení nebo třeba cestování v čase, ale i být slavnou hvězdou, a to vše prožít zpoza televizní obrazovky díky identifikování se s postavou, která jim je něčím blízká. Důležitá je též role moderátora v pořadech pro děti. Dle studií Petra Macka by to měl být pozitivní vzor, spíše asi mladá dospělá žena či muž (nemusí tvořit pár) než adolescent (ti připomínají starší sourozence, se kterými děti v tomto věku obvykle nejvíce soupeří a nejméně vycházejí), kteří dokáží nabídnout přitažlivou (příjemnou, stimulující, uklidňující) asymetrickou komunikaci (z pozice přirozené a příjemné authority).⁴⁴ Velký význam mohou mít i pořady o zvířatech, kde se děti o ně starají a jsou jejich kamarády. Přestavují nejen zdroj nových informací o zvířatech, ale též starost

⁴¹ MACEK, Petr. Televizní vysílání pro děti a mládež – psychologický pohled. *Pedagogika*, Praha: PedF UK Praha, 2000, roč. 50, č. 3, s. 246-255. ISSN 3330-3815.

⁴² Tamtéž.

⁴³ Tamtéž.

⁴⁴ Tamtéž.

a péči o ně, přirozené projevy života, jako je rození a smrt, a také možnost neverbální i verbální komunikace. Často také mohou přinášet jakýsi doplňkový zdroj fyzického kontaktu, citového zázemí i pocitu podpory.⁴⁵

1.2.3 Starší školní věk - pubescence

Následuje období věku 11 až 14 let, které se nazývá časnou adolescencí. Jedná se o jedno z nejdynamičtějších období vývoje člověka. Dívky obvykle mezi jedenáctým a dvanáctým rokem vstupují do puberty.⁴⁶ Chlapcům se většinou nástup puberty opozdí o rok od dívek. Dospívání přináší řadu sociálních i psychických změn. Nejdůležitějším úkolem, který je v tomto období třeba splnit, je vyjasnění si vlastního vztahu sám k sobě (viz Erickson 1968). To se projevuje jak větším zaměřením na sebe sama, tak zaměřením na své tělo. Pocit sebeuvědomění je spojen se ztracením dosavadních jistot. Přichází též potřeba prosadit se, která bývá většinou směřována vůči rodičům. V období časně adolescence přicházejí změny ve způsobu poznávání a myšlení, kdy z kvantitativního se mění ve kvalitativní. Začíná se rozvíjet abstraktní myšlení (viz Piaget 1966) a rozšiřuje se záběr myšlení se zaměřením a určitý cíl. Dospívající mívají pocity vlastní výjimečnosti a jsou okouzleni vlastními schopnostmi a intelektem. Nechápují kompromisy svých rodičů a mají pocit, že rodiče dělají spousty chyb, přestože by vše šlo vyřešit jednoduše (viz Vágnerová 2000). Veškeré prožívání se odvíjí od sebehodnocení, které je výrazně labilnější než v předchozí věku. Je tedy potřeba nechat prostor pro sbírání zkušeností, experimentování se vztahy a možnostmi. Instrukce jako je škola, rodina, ale i televize a ostatní média, vytvářejí pomyslné hranice a zkušební plochu. Televize nejen že může podněcovat komunikaci, která je pro adolescenty velmi důležitá, ale též nabízí silné zážitky, jež dospívající velmi vyhledávají.⁴⁷

Tato kategorie televizních diváků je charakterizována velkou nestabilitou a rozptylem osobních postojů, a to od naprostého odmítání a negace televizního programu až po jakousi závislost na sledování televize. Podle Macka jsou právě pubescenti ve věku okolo 12 let nejsilnější televizní konzumenti, od tohoto věku se stává sledování programů více

⁴⁵ MACEK, Petr. Televizní vysílání pro děti a mládež – psychologický pohled. Pedagogika, Praha: PedF UK Praha, 2000, roč. 50, č. 3, s. 246-255. ISSN 3330-3815.

⁴⁶ VÁGNEROVÁ, Marie. *Vývojová psychologie: dětství, dospělost, stáří*. Praha: Portál, 2000. ISBN 80-7178-308-0. Str. 209

⁴⁷ MACEK, Petr. Televizní vysílání pro děti a mládež – psychologický pohled. Pedagogika, Praha: PedF UK Praha, 2000, roč. 50, č. 3, s. 246-255. ISSN 3330-3815.

selektivní.⁴⁸ Pubescenti sledují jak pořady pro dospělé, tak si občas rádi pustí i pořady pro nejmenší, což je vnímáno jako potřeba infantilizace, spojená právě s tímto věkem. Snaží se v televizi objevovat to, co jim rodiče odpírají, tedy násilí nebo například pornografii. Díky televizní obrazovce se mohou identifikovat se spoustou příběhů, postav i situací. To potvrzuje například výzkum M. Bystré (1997), který uvádí, že 86 % hrdinů dvanáctiletých diváků pochází z televizní obrazovky, přičemž nejoblíbenějším pořadem jsou zahraniční seriály. U hrdinů již nejsou preferovány nadpřirozené schopnosti, ale chytrost a síla.

1.2.4 Střední adolescence

Dalším vývojovým stupněm je střední adolescence, která je ohraničená věkem 15 až 18 let a následuje pozdní adolescence, která je uzavřena cca ve 22 roce života. Jde o přípravné období přicházející dospělosti, ale také významný čas sebevyjádření autentičnosti, svých hodnot a kultury, zahrnující i vnější vzhled, styl oblékání, způsob mluvení. Přichází změna sociálního statusu z žáka na studenta a pocit ukončení období dětství. Identita se utváří v několika oblastech, sociální, osobní, sexuální i profesionální, která zahrnuje přípravu na profesi a volbu povolání.⁴⁹

V roli televizních diváků se podle Macka adolescenti příliš neliší od dospělých diváků. Sledovanost programů je více dána celkovou mírou jejich televizní konzumace, než něčím jiným. Nicméně, některé specifické vlivy a možnosti si televizní vysílání pro tuto věkovou skupinu zachovává.⁵⁰

Například zůstává ještě potřeba identifikace a napodobování vzorů. Oproti mýtickým či fantastickým hrdinům dávají přednost starší dospívající reálným postavám.

Adorno uvádí, že pokud by televize měla nabízet a respektovat kultivační, výchovné či pozitivní cíle, pak v tomto období by především měla pomoci nabourávat nezdravé stereotypy, např. u chování některých seriálových hrdinů. Především jde o spojování násilí a humoru, brutalitu jako nástroj boje za správnou věc nebo například toho stereotypu, podle něhož unikají hezcí lidé nebezpečí právě proto, že jsou atraktivní. Macek upozorňuje, že důležitou oblastí pro angažování televizní tvorby je komunikace zážitků, prožitků a informací ze života starších adolescentů, s důrazem na rizikové chování např. alkohol, drogy, poruchy příjmu, delikvence apod., který by neměl vyznít jako poučování,

⁴⁸ Tamtéž.

⁴⁹ VÁGNEROVÁ, Marie. *Vývojová psychologie: dětství, dospělost, stáří*. Praha: Portál, 2000. ISBN 80-7178-308-0. Str. 253

⁵⁰ MACEK, Petr. Televizní vysílání pro děti a mládež – psychologický pohled. *Pedagogika*, Praha: PedF UK Praha, 2000, roč. 50, č. 3, s. 246-255. ISSN 3330-3815.

ale měl by být spíše zpracován přátelsky, upřímně a měl by navozovat pocit, že má smysl o těchto věcech hovořit, že je někdo poslouchá, že existuje způsob, jakým o těchto věcech mluvit. Tedy by měl pomoci rozvíjet komunikační dovednosti dospívajících. Do rolí moderátorů se v tomto případě hodí spíše autentičtí vrstevníci.

Vývojová psychologie vysvětluje, proč je na děti skutečně důležité pohlížet jako na specifické publikum a že je třeba brát na ně speciální ohledy. Dnešní děti jsou sice nazývány generací *digital natives*, což ukazuje na jejich znalosti a dovednosti ve světě digitálních médií, bohužel je to ale nečiní imunními vůči nevhodným obsahům, které média mohou přinášet. Zvláště ta digitální. Ze společenského hlediska dnešní doba přináší větší riziko, že se k takovým nevhodným obsahům dostanou. Společnost toto riziko vnímá a snaží se různými způsoby tuto situaci regulovat. Může se jednat o omezení věku při vstupu na různé webové stránky, např. stránky nabízející pornografické obsahy.

V tomto ohledu jsou pro vychovatele a rodiče dětí výhodné dětské televizní kanály, které díky regulaci ze strany vysílatele i ze strany zákona nabízejí obsahy, které by pro děti měly být v pořádku. Odpadá tedy řada rizik spojených se sledováním nevhodných obsahů.

Rodičům a vychovatelům se nabízí možnost posadit dítě před obrazovku a nestarat se o to, co přesně dítě sleduje. Nicméně, i zde hrozí riziko. To souvisí s nadměrným sledováním televize a nedostatečným vyžitím jinými způsoby a také závislost na televizní obrazovce či jiném médiu, ze kterého děti sledují své oblíbené a případně i rodiči vybrané dětské pořady. Řada rodičů se ale přesto snaží regulovat sledování televize u svých dětí, a to více, než u jiných médií, jak uvádí Zdeněk Sloboda ve svém výzkumu.⁵¹ To může být způsobeno tím, že pro děti, zvláště pro ty malé, je televize tím nejdostupnějším médiem, tedy i stále tím nejsledovanějším a také nejlépe regulovatelným. Podle výzkumu Zdeňka Slobody, publikovaného v knize *Mediální výchova, v rodině dochází ze strany rodičů jak k restrikci časové, tak obsahové i technické. A to průměrně až do dvanácti let věku u televize. Podobně je tomu i s hraním na počítači.*⁵² Tato restrikce je úzce spjata i s věkem rodičů, jejich vzděláním a sociálním zázemím. Na druhou stranu se stalo velmi oblíbené používání televize jako „*babysittera*“.⁵³

⁵¹ SLOBODA, Zdeněk. *Mediální výchova v rodině: postoje, nástroje, výzvy*. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 2013. ISBN 978-80-244-4496-3. str.97.

⁵² Tamtéž.

⁵³ ŠEĎOVÁ, Klára. *Děti a rodiče před televizí: rodinná socializace dětského televizního diváctví*. Brno: Paido, 2007. ISBN 978-80-7315-149-2. str. 29.

2. Česká televize

V následující kapitole se věnuji vysílání televize v Česku, především České televize, která má oproti komerčním televizím navíc i ze zákona danou kulturní a vzdělávací úlohu.

Z pohledu účinku médií by tedy měla být pozitivním prostředím pro dětské publikum a bezpečnou zónou mediálního života dětí. Regulace dětských pořadů vychází ze zákona č. 231/2001 Sb., kde se legislativa snaží chránit dětského diváka a zabezpečit mu bezpečnější prostor v televizním světě. Zvláštní prostor ještě pak věnuje přímo Česká televize dětskému divákovi ve svém kodexu.

Oproti jiným médiím, jako je například internet, jehož obsahy jsou dostupné z telefonu či tabletu, by tedy televize měla být skutečně bezpečnějším prostorem. Zvláště potom Česká televize.

Dlouho dobu se jak v zákoně, tak ve vysílání manipulovalo s pojmem „dětský pořad“, aniž by ale byl blíže specifikován. V této souvislosti vydala Rada pro rozhlasové a televizní vysílání na svém 23. zasedání dne 17. prosince 2013 stanovisko podle § 5 písm. y) zákona č. 231/2001 Sb., o provozování rozhlasového a televizního vysílání, k výkladu pojmu pořad pro děti: „*Pořad pro děti je pořad, který je vyroben a určen pro diváky mladší 12 let a je obsahově a formálně přizpůsoben zralosti osob této věkové kategorie.*“⁵⁴ Starší kategorie diváků nad 12 let již spadá do oblasti mládeže. V rámci těchto kategorií by se měli jak výrobci pořadů pro děti a mladistvé, tak vysílatelé, kteří tyto pořady umísťují do svého programu, řídit zvlášť okolnostmi a vývojovými specifiky těchto diváckých skupin. Nejedná se ovšem jen o dětský pořad. Regulaci podléhá programová skladba i další sdělení, například komerční. Pro jasnější představu této regulace uvádím nahlédnutí do zákona.

2.1 Ukotvení vysílání pro děti a mládež v zákoně

Zákonná nařízení regulující pořady pro děti a mládež najdeme v tiskovém zákoně, konkrétně v zákoně č. 231/2001 Sb. o provozování rozhlasového a televizního vysílání, v zákoně o regulaci reklam a v zákoně o české televizi.

⁵⁴ KALISTOVÁ, Kateřina. RRTV – Pořad pro děti – stanovisko [online]. 2013, , 9 [cit. 2019-05-04]. Dostupné z: https://www.rrtv.cz/cz/static/metodiky/Stanovisko_porad_pro_deti.pdf

Zákon č. 231/2001 Sb. často hovoří o pořadech pro děti v souvislosti s obchodním sdělením, a to tak, že „*obchodní sdělení nesmějí fyzicky nebo mravně ohrožovat děti a mladistvé tím, že*

- a) přímo nabádají děti a mladistvé ke koupi nebo pronájmu určitého výrobku nebo služby s využitím jejich nezkušenosti nebo důvěřivosti,*
- b) přímo nabádají děti a mladistvé, aby přemlouvali své rodiče nebo jiné osoby ke koupi nabízeného zboží nebo služeb,*
- c) využívají zvláštní důvěru dětí a mladistvých ke svým rodičům, učitelům nebo k jiným osobám, nebo*
- d) bezdůvodně ukazují děti a mladistvé v nebezpečných situacích.“⁵⁵*

Další ustanovení týkající se obchodních sdělení zakazuje zobrazovat děti a mladistvé, jak konzumují alkoholické nápoje. Do dětských pořadů také není možné umístování produktu, tedy *product placement*, pouze v zákoně uvedených případech. Ustanovení § 49 odst. 5 zákona č. 231/2001 Sb. ukládá, že „*rozhlasové a televizní vysílání pořadů pro děti nelze reklamou nebo teleshoppingovými šoty přerušit více než jednou za každý plánovaný časový úsek v trvání alespoň 30 minut, pokud plánovaná doba trvání pořadu pro děti bez zařazení reklamy a teleshoppingových šotů přesahuje 30 minut. Během televizního vysílání pořadu pro děti nelze reklamu nebo teleshoppingové šoty uvádět na dělené obrazovce.“⁵⁶ Zmíněná ustanovení se týkají všech vysílatelů, komerčních i veřejnoprávních. Tato regulace naráží na silné účinky médií a teorii injekční stříkačky, kdy speciálně dětský divák je takovému lákavému reklamnímu sdělení vystaven a přijímá je přímo. Některé studie ovšem prokazují, že rozeznat reklamu od standardního televizního vysílání dokáží děti již kolem 5. roku života. Její funkci si ovšem uvědomují až kolem 7. či 8. roku života. Děti jedenácti- či dvanáctileté již plně chápou smysl reklamy a k jejímu obsahu se stávají značně kritické.⁵⁷*

Další nařízení upravuje časové rozložení pořadů a upozornění na pořady nevhodné pro děti a mládež. Jedná se opět o zákon o č. 231/2001 Sb., o rozhlasovém a televizním vysílání, který uděluje provozovatelům převzatého vysílání tato nařízení podle § 32 odst. 1 písm. g a h zákona č. 231/2001 Sb:

⁵⁵ Zákon č. 231/2001 Sb.: Zákon o provozování rozhlasového a televizního vysílání a o změně dalších zákonů [online]. [cit. 2019-03-30]. Dostupné z: <https://www.zakonyprolidi.cz/cs/2001-231>

⁵⁶ KALISTOVÁ, Kateřina. RRTV - Pořad pro děti - stanovisko [online]. 2013, , 9 [cit. 2019-05-04]. Dostupné z: https://www.rtv.cz/cz/static/metodiky/Stanovisko_porad_pro_deti.pdf

⁵⁷ KALISTOVÁ, Kateřina. RRTV - Pořad pro děti - stanovisko [online]. 2013, , 9 [cit. 2019-05-04]. Dostupné z: https://www.rtv.cz/cz/static/metodiky/Stanovisko_porad_pro_deti.pdf

„g) nezařazovat v době od 06.00 hodin do 22.00 hodin pořady a upoutávky, které by mohly ohrozit fyzický, psychický nebo mravní vývoj dětí a mladistvých; tato povinnost se na provozovatele vysílání nevztahuje, je-li vysílání koncovému uživateli dostupné na základě písemné smlouvy uzavřené s osobou starší 18 let a je k němu poskytnuto technické opatření, které této osobě umožňuje omezit přístup k vysílání dětem a mladistvým,

h) zajistit, aby rozhlasovému a televiznímu vysílání pořadů, na které se vztahuje omezení podle písmene g), bezprostředně předcházelo slovní upozornění na nevhodnost pořadu pro děti a mladistvé a aby pořad, který by mohl ohrozit fyzický, psychický nebo mravní vývoj dětí a mladistvých, byl označen v případě televizního vysílání obrazovým symbolem upozorňujícím na jeho nevhodnost pro děti a mladistvé po celou dobu vysílání.

Rada pro rozhlasové a televizní vysílání má také pravomoc neprodloužit vysílací licenci tomu provozovateli televizního vysílání, který dle §12 odst.12 písm. e) zákona č. 231/2001 Sb. zařadil do vysílání pořady, které mohou vážně narušit fyzický, psychický nebo mravní vývoj dětí a mladistvých tím, že obsahují pornografii a hrubé samoučelné násilí.

2.2 Funkce vysílání pro děti a mládež České televize

Česká televize má ve vysílání pořadů pro děti a mládež zvláštní úlohu a specifickou roli. Na rozdíl od komerčních televizí, které na našem mediálním trhu vystupují, se řídí jak obecnými zákony, tak samostatným zákonem, který určuje její činnost a funkci. Česká televize „poskytuje službu veřejnosti tvorbou a šířením televizních programů, popřípadě dalšího multimediálního obsahu a doplňkových služeb na celém území České republiky za účelem naplňování demokratických, sociálních a kulturních potřeb společnosti a potřeby zachovat mediální pluralitu.“⁵⁸ Jako televize veřejné služby je financována především z koncesionářských poplatků a je tedy díky tomuto způsobu financování vyvázána z přímého tlaků inzerentů a jejich požadavků na reklamním trhu. Může si dovolit přinášet možnost vzdělávání se, posilovat občanský princip a také rozvíjet umění a kulturu, což by zároveň mělo být jejím posláním. Zákon jí též ukládá vyrábět a vysílat zejména zpravodajské, publicistické, dokumentární, umělecké, dramatické, sportovní, zábavné a vzdělávací pořady a pořady pro děti a mládež.⁵⁹ České komerční televize tuto povinnost nemají a také vyjma spolupráce na některých filmových pohádkách toho využívají a pro

⁵⁸ Zákon č. 483/1991 Sb.: Zákon České národní rady o České televizi [online]. [cit. 2019-03-30]. Dostupné z: <https://www.zakonyprolidi.cz/cs/1991-483>

⁵⁹ Zákon č. 483/1991 Sb.: Zákon České národní rady o České televizi [online]. [cit. 2019-03-30]. Dostupné z: <https://www.zakonyprolidi.cz/cs/1991-483>

děti vysílají především převzaté pořady.

Česká televize se řídí nejen zákony, které jí určila legislativa, ale též vychází ze svých vlastních směrnic a nařízení, které jsou obsaženy v kodexu České televize. Zvláštní pozornost dětskému divákovi věnuje celý článek 2. V tomto článku vysvětluje svůj přístup k dětskému divákovi s cílem pomáhat mu objevovat a přijímat za vlastní hodnoty slušnosti, vzdělanosti, pracovitosti a úcty k životnímu prostředí. Tomuto úkolu přizpůsobuje skladbu a charakter pořadů určených dětskému publiku. Je si přitom vědoma, že nezaujme-li pořad děti, nemůže právě uvedené povinnosti dostát.⁶⁰ Uvědomuje si tedy nutnost diváka zaujmout a vytvářet takové pořady, které i v době digitálních médií a dalších technologií budou pro děti atraktivní a přivedou je k televizní obrazovce. Dále se ve svém kodexu televize odkazuje na tradici a šíření české i světové pohádky a tvorbě pro děti a mládež, k čemuž patří i vzdělávací a výchovné pořady, ale také různé soutěže a filmy pro mládež. Měla by pomoci dětem i v kulturní orientaci a také k propagaci a popularizování sportu. Jako závazek, který z toho vyplývá, je rozvinutí a podpora původní tvorby pro děti a mládež.

Nařízení a ustanovení se netýkají pouze části výrobní, ale též informativní, kdy televize nabízí dětem a rodičům na internetu a i ve zvláštní části teletextu zveřejňuje odborné a podložené příspěvky a poznatky hovořící o vlivu televizního vysílání na děti a mládež. Krom jiného ještě má Česká televize dbát, aby ve svých pořadech neznevýhodňovala zdravotně postižené děti, aby ukazovala možnosti soužití a integrace se zdravými dětmi. Podobně se zavazuje napomáhat i k toleranci vůči etnickým a národnostním rozdílům. Kodex též uvádí ochranu dětí před nevhodnými komerčními částmi programu, které by neměly být vysílány v bezprostřední blízkosti pořadů pro děti a mládež, nebo i před upoutávkami na vlastní pořady s nevhodným obsahem.

Česká televize má tedy jedinečnou možnost a povinnost zaměřit se v některých svých pořadech přímo na dětského diváka, pozitivně jej ovlivňovat, informovat, vzdělávat, pomáhat mu s jeho problémy, nabízet možnosti vyžití apod., a tím i eliminovat negativní účinky médií, které vyplývají z možností jiných vysílatelů. Tento závazek je umocněn vědomím, že Česká televize je v tuzemsku hlavním a prakticky jediným stálým producentem televizní tvorby pro děti a mládež.⁶¹

⁶⁰Kodex České televize – zásady naplňování veřejné služby v oblasti televizního vysílání. Praha: Česká televize, 2003. ISBN 80-85005-46-8. Str. 9.

⁶¹ Kodex České televize – zásady naplňování veřejné služby v oblasti televizního vysílání. Praha: Česká televize, 2003. ISBN 80-85005-46-8. Str. 9.

2.3 Vývoj pořadů pro děti a mládež v ČT

Vysílání pořadů pro děti a mládež má v České televizi hluboké kořeny. Už v listopadu roku 1953, tedy půl roku po prvním spuštění vysílání Československé televize, se začalo s tvorbou pro děti a mládež. Toto vysílání připravovali Ondřej Sekora, Vladimír Kovářík, Jindřich Fairaizl a Štěpánka Haničincová.⁶² Ta je asi nejvíce spojena s prvními dětskými pořady. Na televizní obrazce ji malí diváci mohli vídat v pořadu Rozmarýnek. Pořad režírovala Libuše Koutná. Přinášel různé pohádky a také všelijaké hry a povídaní určené dětem.⁶³ Díky tomu, že televize v Československu začala své vysílání v padesátých letech, v době rozpadu socialismu a komunistické myšlenky, nevyhnula se jí ideologická podstata programového spektra, což zasáhlo i do pořadů pro děti. Ty byly nasazovány především v neděli dopoledne, a to proto, aby odvedly pozornost mládeže od nedělní mše v kostele. Tradice nedělního dětského vysílání se přenesla až daleko do doby po pádu komunismu v podobě znovuobnoveného Studia kamarád, které se vysílá i v současné době. Pořad Studio kamarád se poprvé vysílal v roce 1980 a je spojen se zrodem loutkových postav Jů a Hele, Harry Šoumen, Muf a další. Mezi jeho tvůrce patřili Josef Vondráček, Josef Platz, Libuše Koutná, Rudolf Vodrážka, Ladislav Karpianus, Jaroslav Doubrava a Jiří Chalupa.⁶⁴ Pásma pohádek, písniček, rozhovorů či zajímavostí určených dětským divákům se stal oblíbeným již na svém začátku a v různých formách se přenesl až do dnešní doby. V šedesátých letech to dále byla například Vlastovka, kterou vystřídal Pionýrská vlastovka. Ta se v sedmdesátých a částečně i v osmdesátých letech stala hlavním pořadem pro děti a pionýrskou mládež.⁶⁵ Pozdějšími nástupci se staly v roce 1985 Magion a v roce 1987 Vega, přičemž oba pořady se vysílaly ještě v devadesátých letech. Také tyto pořady se skládaly z různých pohádek, rozhovorů a zajímavých příspěvků. Pořadem určeným mládeži a zabývajícím se se současnými problémy mladých diváků byl od roku 1973 Televizní klub mladých. Jedním z jeho moderátorů byl i Jan Vala. Hudební a publicistický pořad měl sloužit k ideologickému formování socialistické mládeže.⁶⁶

⁶² BEDNAŘÍK, Petr, Jan JIRÁK a Barbara KÖPPLOVÁ. *Dějiny českých médií: od počátku do současnosti*. Praha: Grada, 2011. Žurnalistika a komunikace. ISBN 978-80-247-3028-8. Str. 273.

⁶³ NESG. Rozmarýnek. ČSFD [online]. [cit. 2019-05-08]. Dostupné z: <https://www.csfd.cz/film/233674-rozmarynek/prehled/>

⁶⁴ NESG. Studio kamarád. ČSFD [online]. [cit. 2019-05-08]. Dostupné z: <https://www.csfd.cz/film/252353-studio-kamarad/prehled/>

⁶⁵ NESG. Vlastovka (pionýrská). ČSFD [online]. [cit. 2019-05-08]. Dostupné z: <https://www.csfd.cz/film/230555-vlastovka-pionyrska/prehled/>

⁶⁶ NESG. Televizní klub mladých. ČSFD [online]. [cit. 2019-05-08]. Dostupné z: <https://www.csfd.cz/film/311059-televizni-klub-mladych/komentare/>

V tu dobu Československá televize nevyroběla jen pásma krátkých pořadů určených pro dětského diváka. Od samého začátku se věnovala výrobě dětských seriálů, filmů a pohádek. Pod řadou z nich je podepsána dramaturgyně a scénáristka Jarmila Turnovská, která též patřila k zakládajícím tvůrcům dětského vysílání v České televizi.⁶⁷ Společně s režisérkou Vlastou Janečkovou psala například oblíbený seriál Kamarádi (1969).

S dalších pořadů pro děti jmenuji alespoň Návštěvníky, Tajemství proutěného košíku, My všichni školou povinní nebo seriál Arabela.⁶⁸

Fenoménem, který ovlivnil celé generace dětských diváků se stal Večerníček. Předcházely mu nepravidelné nedělní podvečerní pohádky, které se začaly vysílat už v roce 1963.

Večerníčkem se stal až v roce 1965 a jeho vysílání přetrvalo až do dnešní doby.⁶⁹

Tvorba pořadů pro děti a mládež má v České televizi dlouhou tradici a významnou roli. Zatímco v minulosti byli děti a dospívající diváci odkázáni na jim vymezené vysílací časy a odměřenou dávku v celkovém objemu výroby a vysílání ČT, v nedávných letech přešla Česká televize k trendu jiných zemí a vytvořila vlastní kanál s vysíláním jen pro děti a mládež. V roce 2013 zahájilo svou činnost ČT Děčko.

⁶⁷ ŠTOLL, Martin. *1.5.1953 - zahájení televizního vysílání: zrození televizního národa*. Praha: Havran, 2011. Dny, které tvořily české dějiny. ISBN 978-80-87341-06-3. Str. 179.

⁶⁸ NESG. Jarmila Turnovská. *FDb.cz* [online]. [cit. 2019-05-08]. Dostupné z: <https://www.fdb.cz/lidi-zivotopis-biografie/65153-jarmila-turnovska.html>https://dk.upce.cz/bitstream/handle/10195/36082/HochmanovaZ_VyvojVecernicku_OK_2010_0.pdf?sequence=1&isAllowed=y

⁶⁹ NESG. Historie večerníčku. *Česká televize* [online]. [cit. 2019-05-08]. Dostupné z: <https://www.ceskatelevize.cz/porady/0-vecernicek/5626-historie-vecernicku/>

3. ČT Děčko

3.1 Historie programu

V roce 2013, v poslední prázdninový srpnový den, začal v České televizi vysílat program, který měl být věnován pouze dětem. Televize dlouho hledala název a z námětů jako *ČT mini* nebo *ČT ahoj* nakonec zvítězilo označení *ČT Děčko*. Na výběru názvu pomáhaly i děti, které byly osloveny v rámci jednoho z probíhajících výzkumů. Nelze vyloučit ani náhodu, že „děčko“ psané bez diakritiky připomíná slovo „děcko“. Grafická podoba názvu změnila „děčko“ na „:D“, přičemž D v kombinaci s dvojtečkou symbolizuje smajlíkový úsměv. Logo dostalo veselé duhové barvy. Podle vedoucí designu ČT Pavly Hromkové, byly barvy vybrány podle jejich pozitivního náboje, kterému rozumí i ti úplně nejmenší diváci.⁷⁰ Od prvopočátku tedy nebylo nic ponecháno náhodě a Česká televize od počátku nabízela těsné propojení se svými diváky.

Před nástupem do nového školního roku si děti mohly začít zvykat na svou novou televizi. „*Chceme využít celý víkend proto, abychom děti nalákali dříve, než vyrazí do školních lavic, a ukázali jim, že stojí za to trávit čas s Českou televizí,*“ uvedl Petr Dvořák, ředitel ČT.⁷¹ Přestože původní plány počítaly s nepřetržitým provozem, nakonec byl vysílací čas stanoven od 6:00 do 20:00. Není tomu tak u všech dětských televizí. Řada z těch v Česku dostupných vysílá nonstop, přičemž v noci většinou opakuje vysílání ze dne nebo uvádí animované seriály.⁷²

Programovou náplň ČT Děčko mají tvořit pořady vlastní tvorby kombinované s převzatými pořady. Nově se právě z vlastní tvorby měly objevit Zprávičky – tedy seriózní dětské zprávy, které Děčko vysílá dodnes, a to dvakrát denně. Z původního vysílání na obvyklých kanálech ČT1 a ČT2 se potom přenesly oblíbené Studio kamarád, Kouzelná školka a samozřejmě Večerníček. Novou podobu získala Planeta Yó, magazín určený starším dětem.⁷³

Rozjezd nové televize a první měsíce provozu si vyžádaly náklady zhruba 230 milionů

⁷⁰ VÁLKOVÁ, Hana. Nová dětská televize se bude jmenovat Děčko, vysílat začne na konci srpna. Idnes.cz [online]. 2013, , 1 [cit. 2019-05-04]. Dostupné z: https://www.idnes.cz/zpravy/domaci/ceska-televize-spusti-v-srpnu-novy-detsky-kanal-decko.A130221_105545_domaci_hv

⁷¹ VÁLKOVÁ, Hana. Nová dětská televize se bude jmenovat Děčko, vysílat začne na konci srpna. Idnes.cz [online]. 2013, , 1 [cit. 2019-05-04]. Dostupné z: https://www.idnes.cz/zpravy/domaci/ceska-televize-spusti-v-srpnu-novy-detsky-kanal-decko.A130221_105545_domaci_hv

⁷² NESG. Dětské stanice. Tv.seznam.cz [online]. [cit. 2019-04-20]. Dostupné z: <https://tv.seznam.cz/stanice/detske>

⁷³ VÁLKOVÁ, Hana. Nová dětská televize se bude jmenovat Děčko, vysílat začne na konci srpna. Idnes.cz [online]. 2013, 1 [cit. 2019-05-04]. Dostupné z: https://www.idnes.cz/zpravy/domaci/ceska-televize-spusti-v-srpnu-novy-detsky-kanal-decko.A130221_105545_domaci_hv

korun. Vznikem nové dětské televize a přesunem dětských pořadů primárně na kanál Děčka se uvolnilo zhruba pět hodin denně na ostatních kanálech České televize. „*Tento prostor bude naplněn především dokumentárními cykly, publicistikou a chytrou zábavou pro lidi střední generace,*“ popsal ředitel programu Milan Fridrich. Jako příklad chytré zábavy uvedl britský seriál *Jistě, pane ministře*.⁷⁴

Za pět měsíců svého provozu se podle zpravodajství České televize stalo ČT Děčko mezi evropskými veřejnoprávními televizemi nejsledovanější dětskou stanicí. V průměru je sledovalo cca 22 % diváků ve věku 4 až 12 let. Přičemž tím nejsledovanějším pořadem byl vyhodnocen *Večerníček*.⁷⁵ Mezi nejsledovanější veřejnoprávní evropské televize patřily dětská stanice v Dánsku, Německu a Španělsku. Jejich sledovanost dosahovala na začátku roku 2013 zhruba 16 % dětského publika.⁷⁶

3.2 Koncept a strategie programu ČT Děčko

Česká televize na svých stránkách uvádí, že ČT Děčko je určeno divákům od 4 do 12 let. Pro tyto diváky připravuje pořady z vlastní tvorby a též vybírá zahraniční pořady, které přebírá a vysílá. Podle slov Miloše Zvěřiny, dramaturga ČT Děčko, bylo v původním záměru vysílat pro věkovou skupinu 4 až 15 let, ale z rozhodnutí vyšších orgánů došlo k přehodnocení a cílová skupina se snížila na 4 až 12. Stalo se to především s ohledem k využitelným frekvencím. „*Pro nás by z kapacitních důvodů bylo velmi náročné vyrábět takové pořady, které by vyhovovaly mladším nebo i starším divákům, než těm, kterým odpovídá věkové rozmezí 4 až 12 let.*“⁷⁷ Jako hlavní a největší skupinu pak uvádí diváky ve věku 4 až 8 let.

Program stanice je prezentován jako multižánrový a pro děti bezpečný.⁷⁸ Náplní programu jsou pohádky, hrané a animované filmy, magazíny, pořady zábavného vzdělávání, zábavné a soutěžní pořady. Výkonný ředitel ČT Děčko Jan Koliha uvádí, že „*Děčko je pro děti velkou televizí v malém.*“⁷⁹ Stanice rozlišuje pořady pro menší a větší děti i časovým rozložením během dne. Ráno a dopoledne uvádí pořady pro nejmladší diváky, odpoledne pak pro ty větší a odpočinkový večer s animovanými seriály pro všechny. Na svých

⁷⁴ Tamtéž.

⁷⁵ NESG. Úspěch Děčka – je nejsledovanějším dětským kanálem v Evropě. Ct24.ceskatelevize.cz [online]. 2014, 5. 2. 2014 [cit. 2019-05-04]. Dostupné z: <https://www.ceskatelevize.cz/decko-pro-rodice/uvod/>

⁷⁶ Tamtéž.

⁷⁷ Rozhovor s Milošem Zvěřinou proběhl dne 25.4. 2019 v budově České televize v Praze.

⁷⁸ NESG. Co je to ČT :D. Ceskatelevize.cz [online]. [cit. 2019-05-04]. Dostupné z: <https://www.ceskatelevize.cz/decko-pro-rodice/uvod/>

⁷⁹ Tamtéž.

stránkách ČT Děčko deklaruje, že i díky tomuto rozložení učí děti vybírat si konkrétní pořady a nesedět u televize celý den.

Ve svém kodexu Česká televize též uvádí, že úkolem je zaujmout, a že právě potom je možné, aby vzdělávací a další pořady plnily svou úlohu. Též se v zde uvádí, že vysíláním má ČT Děčko děti motivovat i k činorodosti, sportu nebo uměleckému vyžití jako je např. zpěv nebo malování.⁸⁰ ČT Děčko se zavazuje k této motivaci svým programem a vysílá pořady, mezi něž patří např. Šikulové, kde se děti učí vyrábět různé věci, nebo Tamtam, což je magazín přinášející tipy na různé výlety a zajímavé zážitky. Každodenní Zprávičky by měly být dětem zdrojem aktuálních informací včetně počasí. Stanice vysílá i zábavně vzdělávací pořady jako je např. „Já budu Einsteinem!“, lifestyleový magazín Wifina nebo soutěžní pořad U6 – úžasný svět techniky.

ČT Děčko spolupracuje s neformálním uskupením, které je jmenuje Děčkolegium. Je to „skupina moudrých, pomazaných hlav dam a mužů“,⁸¹ s nimiž pravidelně Děčko udržuje dialog. Jsou poradním orgánem programu. „Výkonný ředitel Petr Koliha se může kdykoliv obrátit na kohokoliv z nich podle toho, o jakou konkrétní věc se jedná“, uvádí Miloš Zvěřina.⁸²

Stanice vysílá 30 % pořadů z vlastní tvorby a zbytek tvoří zahraniční převzaté pořady. „Na Děčku vysíláme i celou řadu zahraničních pořadů. Výběru konkrétních pořadů věnujeme velkou péči. Spolupracujeme s nejprestižnějšími výrobci dětských pořadů v zahraničí, jako jsou BBC nebo ZDF a ARD, od kterých získáváme pořady, které jsou nejen zábavné, ale současně i naučné a obohacující,“ uvádí Petr Koliha na webových stránkách České televize. Na svých stránkách stanice deklaruje, že hlavním kritériem výběru těchto pořadů je především kvalita. Proto se výběr orientuje převážně na společnosti, jež se tvorbou pro děti zabývají dlouhodobě, opírají ji o divácké výzkumy, ale i o názory dětských psychologů či pedagogů a rodičů, a také spolupracují s uznávanými a osvědčenými tvůrci.⁸³

⁸⁰ Kodex České televize – zásady naplňování veřejné služby v oblasti televizního vysílání. Praha: Česká televize, 2003. ISBN 80-85005-46-8. Str. 9.

⁸¹ Jedná se o neformální uskupení cca 30 odborníků z oblasti psychologie, sociologie, mediálních studií, ale i tvorby dětských pořadů (scénáristé, režiséři, dramaturgové..) Mezi členy je např. psychiatr Jan Cimický, psychologka Marta Boučková, režisér Karel Smyczek, Prof. PhDr. Jan Jiráček, Ph.D. (1958), vysokoškolský pedagog, profesor oboru Mediální studia, překladatel (beletrie, filmů a odborné literatury) a publicista, Prof. PhDr. David Šmahel, Ph.D. je profesorem na Fakultě sociálních studií Masarykovy univerzity v Brně, kde pracuje v Institutu výzkumu dětí, mládeže a rodiny a na Katedře mediálních studií a žurnalistiky, atd..

⁸² Rozhovor s Milošem Zvěřinou proběhl dne 25.4. 2019 v budově České televize v Praze.

⁸³ NESG. Jak vybíráme zahraniční pořady. *Ceskatelevize.cz* [online]. [cit. 2019-05-04]. Dostupné z: <https://www.ceskatelevize.cz/decko-pro-rodice/program/zahranicni-porady/>

Mezi další pravidla, kterými se ČT Děčko řídí, je prověřování kvality i obsahu pořadů, podpora spisovné češtiny, vyhýbání se samoučelnému násilí a vulgarismům. Téma násilí souvisí dětskými diváky a jeho vlivem na dětském chování, jak jsem uvedla výše. Zajímalo mě tedy, jak s touto problematikou pracují na Děčku. „*Násilí se asi nevyhneme. Ani nechceme, vždyť je archetypálně obsaženo i v našich pohádkách. Ale vybíráme, jaké násilí. Snažíme se s tím citlivě pracovat. Když přeroste mez, tak tomu musí program zabránit. Je to poměrně subjektivní. Ale jistě se shodneme na typu násilí, které není vhodné dětem použít. K pořadům potom navíc používáme tzv. labeling. To znamená, že labelujeme / označujeme některé pořady např. značkou 8+ nebo dokonce někde máme i 10+. To opět určuje vhodnost pořadu pro určitou věkovou skupinu dětí,*“ uvedl k tomu dramaturg ČT Děčko, Miloš Zvěřina.⁸⁴ Vysílání je bez reklam a *product placementu*, tedy placeného umístění komerčních předmětů v pořadech. Zákonné omezení reklamy nevhodné pro děti a jejího vysílání tím odpadá.

Kromě kvality programu se Děčko snaží podporovat děti v jejich mediální gramotnosti a vzdělávání se v oblasti bezpečnosti na internetu. Např. na webu ČT Děčko najdou děti informace, jak nakládat se svými osobními údaji apod.⁸⁵

Nad dodržováním všech uvedených pravidel a také nad povinnostmi, které určuje zákon č. 231/2001 Sb., o rozhlasovém a televizním vysílání, bdí jak rada České televize, tak i rada pro rozhlasové a televizní vysílání. ČT Děčko má tak exklusivní roli v českém mediálním prostředí, protože představuje jediný kanál, který díky svému nastavení a kompletní kontrole by měl vyhovovat specifikům dětského publika, jež jsem popsala výše.

Mimořádný důraz klade stanice na grafickou podobu vysílání. Té se ujal ilustrátor Daniel Špaček. Jak vysvětlil v rozhovoru Miloš Zvěřina: „*Grafikou získává kanál nějaký společný jmenovatel. Vnímáme ji jako takový sjednocující prvek. Pomocí grafiky a animace se snažíme udržet identifikovatelnost Děčka. Chceme, aby zde byly okamžiky, se kterými se děti můžou identifikovat.*“⁸⁶

⁸⁴ Rozhovor s Milošem Zvěřinou proběhl dne 25.4. 2019 v budově České televize v Praze.

⁸⁵ NESG. Děti a televize. *Ceskatelevize.cz* [online]. [cit. 2019-05-04]. Dostupné z:

<https://www.ceskatelevize.cz/decko-pro-rodice/deti-a-televize/>

⁸⁶ Rozhovor s Milošem Zvěřinou proběhl dne 25.4. 2019 v budově České televize v Praze.

3.3 Web ČT Děčko

V době konvergentních médií, v situaci, kdy děti můžeme vnímat jako *digital natives*, není příliš překvapivé, že Česká televize, krom svých vlastních stránek, kde je možné dozvědět se vše o programech ČT, má i stránky věnované své dětské televizi. Tyto stránky mají jinou podobu než stránky pro dospělé. Jsou jakýmsi druhým světem k tomu, který je dostupný na televizi ČT Děčko, a který tuto stanici ještě rozvíjí. K pořadům, které děti znají z ČT :D, zde najdou nejen spoustu informací a veškerý archiv, ale též řadu on-line her, které nějak souvisí s pořady stanice. Většina z nich je edukativního charakteru. Ať už se jedná například o luštění šifer, arkádu doplněnou vědomostními otázkami nebo například hru jež popisuje a ukazuje život Karla IV. Hry jsou určeny pro děti všech věkových kategorií, se kterými ČT Děčko počítá, tedy pro diváky ve věku 4 až 12 let. Děti zde mohou najít i doplňkové hry a informace, které nesouvisí přímo s pořady ČT :D, ale vztahují se k aktuálnímu období. Příkladem může být Velikonoční kalendář, kde se děti zábavnou formou dozvedí o velikonočních zvycích, jídlech atd., ale také se mohou zaposlouchat do Velikonočního příběhu, který je doplněn obrázky a který uvádí dny od květné neděle postupně k Velikonočnímu pondělí, kde podle aktuálního data je k nim přidáván obsah týkající se posledních dnů Ježíše Krista. Podobně byl uveden i Vánoční kalendář.

Děti na stránkách Děčkovize, jak jsou www stránky nazvány, objeví různé soutěže, do kterých se mohou zapojit například nakreslením obrázků nebo vyfocení záběrů, ze kterých sestaví příběh k danému tématu a pošlou jej. Možností je i posílání videí. Web ČT Děčko nabízí tedy především aktivní zapojení do mediálního světa, který je ale bezpečný a nabízí dětem nápady a možnosti aktivit, jaké využijí i ve svém reálném světě.

Děčko je úspěšným kanálem a dle slov Miloše Zvěřiny je to mimo jiné způsobeno právě propojením s tzv. novými médii. „*Snažíme se držet krok s okolním vyvíjejícím se světem. Program je v interakci s novými médii, s webem a o to nám šlo od počátku. Vzpomínám na pana ředitele Koliha, jak říkal »tak hoši, tohle nesmíme nikdy podcenit«, aneb víme, pro koho děláme.*“⁸⁷

⁸⁷ Rozhovor s Milošem Zvěřinou proběhl dne 25.4. 2019 v budově České televize v Praze.

4. Sledovanost televize dětmi a mládeží – výzkum

V praktické části své práce bych chtěla pomocí výzkumu nabídnout aktuální pohled do života dnešních dětí a mládeže ve vztahu k televizi a jejímu sledování, a porovnat vývoj tohoto sledování během čtyř etap dětského života. Pro svou práci jsem vybrala kvalitativní výzkum s využitím polostrukturovaného rozhovoru s ohniskovými skupinami.

4.1 Metoda výzkumu

Kvalitativní metody výzkumu pracují zpravidla s otázkou „Jak?“ K těmto metodám patří hloubkové rozhovory, ohniskové skupiny a zúčastněné pozorování. Často dochází i ke kombinaci těchto metod. Nejsou nijak standardizované, přičemž interakce zkoumaného subjektu a výzkumníka má různou podobu, která se vždy liší díky jedinečnému průběhu výzkumu i reakcí objektu.⁸⁸ Výhodou těchto metod je možnost jít v průběhu hovoru do větší hloubky a reagovat na momentální situaci, která může přinést zajímavé a nové podněty, nevýhodou je potom možnost zkoumat menší vzorek respondentů a riziko subjektivity výzkumníka, který je neoddělitelnou součástí sběru dat.⁸⁹

Pro svůj výzkum jsem zvolila metodu ohniskové skupiny neboli *focus group*. Tato metoda nabízí možnost odhalit informace, které nejsou prozatím známé, výsledky jsou kvalitativní povahy, mohou odhalit reakce a informace charakteristické pro určitou skupinu, přičemž využívá dynamiky interakce skupiny respondentů. Pro zkoumání příjmu a vnímání různých mediálních obsahů jednotlivými skupinami uživatelů, kteří se liší například profesí, sociodemografickým zařazením nebo v případě mé práce věkem a psychologicko-vývojovým stupněm, se mi tato metoda jevila jako nevhodnější.

Metoda *focus group* se vedle akademického výzkumu hojně využívá též v komerční sféře, kde pomáhá lepšímu zacílení na klienta. Ohnisková skupina, sestávající zhruba z 6 až 10 respondentů, je vedena moderátorem pomocí strukturované diskuse. Respondenti jsou do této skupiny vybíráni podle shodného znaku či vlastnosti. Moderátor diskuse se drží určitého scénáře, ale může se od jeho struktury odchýlit, zejména pokud zazní nějaká zásadní informace, která je pro výzkum důležitá a kterou je dobré rozebrat hlouběji (Wimmer, Dominick, 2006).⁹⁰

⁸⁸ TRAMPOTA, Tomáš a Martina VOJTĚCHOVSKÁ. Metody výzkumu médií. Praha: Portál, 2010. ISBN 978-80-7367-683-4. str. 18.

⁸⁹ Tamtéž. Str. 19.

⁹⁰ Tamtéž. Str. 216.

Definice problému

Cílem mého výzkumu je zjistit a porovnat mediální chování čtyř věkových skupin dětí, určených podle vývojové psychologie s důrazem na sledování televize, způsob sledování televize těmito skupinami, jeho hrubé časové rozmezí a motivy sledování, oblíbenost televize a její postavení u dětí ve světě síťových médií.

Určení vzorku respondentů

Vzorky respondentů jsem sestavila do skupin, které popisuje vývojová psychologie a na kterých z mého pohledu mohou být patrné rozdíly v užívání televize a dalších médií.

První skupina jsou děti v předškolním věku, tedy ve věku mezi 3. a 6. rokem, druhou skupinu tvoří žáci mladšího školního věku 6 až 9 let. Třetí skupinou jsou žáci ve věku 10 až 14 let, tedy zástupci skupiny staršího školního věku. Poslední skupina respondentů je ve věku 15 až 18 let.

Vzhledem k tomu, že spolupracuji se základní a mateřskou školou a mám v ní určité vazby, požádala jsem ředitele této školy o možnost provedení výzkumu v tomto prostředí. Konkrétní výběr vzorku respondentů byl založen na dobrovolnosti žáků ke spolupráci. Z těchto dobrovolníků jsem potom náhodně vybrala takové, aby každá určitá skupina byla věkově pestrá, aby odpovídala dané vývojové etapě a aby obsahovala max. 10 dětí nebo studentů. Poslední skupina již nezasahuje do stupně základní školy, proto jsem o účast požádala kamarády mého staršího syna.

Okruh otázek

Výzkum ohniskových skupin počítá s určitou subjektivitou díky osobě moderátora, jenž vede diskusi. Tomu jsem se snažila předejít důkladnou přípravou na rozhovory a výběrem otázek, které jsem zvolila stejné pro všechny věkové skupiny, aby výsledek byl co nejvíce relevantní a reliabilní. Vytvořila jsem čtyři hlavní okruhy témat, které jsem rozvíjela pomocí připravených otázek. První okruh byl zaměřen na motivy a čas strávený u televize, druhý sledoval způsob sledování televize, třetí se obracel k pořadům, jež děti v televizi sledují a čtvrtý byl věnován české dětské televizní stanici ČT Děčko.

S ohledem na každou věkovou skupinu jsem využívala doplňkové otázky a diskusi přizpůsobovala věku respondentů. Též jsem reagovala na podněty, které byly v každé skupině jiné. S mladšími dětmi byl rozhovor kratší s drobnými pauzami na protažení a uvolnění, které jsme provedli pomocí jednoduchých cviků. Volila jsem u mladších dětí

volné sezení na zemi na žíněnkách, u starších dětí potom možnost sezení na židli nebo na zemi podle chuti a nálady respondentů, to vše v rámci jakéhosi kroužku. Všechny čtyři diskuse jsem nahrávala na diktafon pro pozdější co nejpřesnější zpracování dat.

4.2 Realizace

4.2.1 Skupina dětí předškolního věku

Výzkumu se zúčastnilo 7 dětí ve věku 4 až 6 let. Jednalo se o předškoláky z místní školky, které předvybrala paní učitelka na základě pestrosti věku a též podle dobrovolnosti. Zvolila jsem volné sezení v kruhu na polštářích v samostatné místnosti, kde děti nebyly ničím rušeny.

Převážná většina dětí mě znala, protože se pohybují v jejich prostředí díky své dceři. Proto se mi rychle podařilo získat jejich důvěru a děti se ihned rozpovídaly. Pořadí otázek připraveného rozhovoru jsem upravovala podle situace a vývoje hovoru. Všechny děti hned měly k tématu co povědět a diskuse rychle začala.

Všechny děti uvedly, že mají v domácnosti alespoň jeden televizor, někteří i více. Čtyři z nich dokonce referovaly, že mají televizor ve svém dětském pokoji. Jen jedno dítě uvedlo, že mají doma jen jednu televizi.

Sledování televize je jim blízké a sledují ji každý den. Pět dětí uvedlo, že televizi sleduje ráno, než jde do školky, po příchodu ze školky i večer před spaním. Kombinují ji ovšem s využíváním jiných technologií jako je především tablet, který jim buď půjčují rodiče nebo jej i sami vlastní a na kterém převážně hrají hry. O hrách začaly hovořit zcela spontánně a zasvěceně mi popisovaly různé typy her. Většinou dětské, které jim spouští rodiče. Téměř všichni též uvedly, že hrají hry na stránkách ČT Děčko, které jim pouští též rodiče. Půlka z dotazovaných dětí zná dobře i zahraniční dětské stanice Jim Jam a Disney Channel, které uvádí především animované seriály. Televizi si umí zapnout sami a většinou si ji i sami zapínají. Tři děti uvedly, že televizi jim pouští matka nebo otec. Často se dívají samy, ve výjimečných případech se starším sourozencem nebo s rodiči. S těmi občas sledují televizi večer, pokud je nějaká pohádka. Občas mohou sledovat i filmy pro dospělé. Mezi tyto filmy jmenovaly především Harryho Pottera. Tyto filmy si děti nepouští samy, ty jim pouští rodiče. O sledování těchto filmů všechny dotazované děti jevíly velký zájem. Děti hovořily o tom, že rodiče jim dovolí dívat se skoro na všechno. Sledování televize zakazují jen za zlobení. Rodiče někdy omezují délku sledování televize.

Nejčastějším důvodem pro odpoutání dětí od televize je zabavení jinou činností než přímým vypínáním televize. Většinou jsou to kroužky, které děti navštěvují. Z přítomných dětí měly alespoň jeden kroužek všechny. Rodiče a prarodiče často umožňují dětem sledovat pohádky nebo hrát hry na tabletu nebo telefonu, a to vždy, když na ně nemají čas, jak uvedla většina dětí.

Všechny děti měly dobrý přehled o dětských pořadech v televizi. Vybírají si, čemu budou věnovat pozornost. Spíš než konkrétní děj je zajímaví hrdinové a hrdinky. Děvčata dávají přednost princeznám. Každá z dotazovaných dívek uvedla několik svých oblíbených princezen, které sledují v televizi. Chlapci potom hovořili o Šmoulech, Bořku Staviteli nebo dinosaurech. Hovořili i o některých pořadech pro o něco starší diváky, konkrétně o pořadu vysílaném na ČT Děčko – Operace Jau. Všichni tento pořad dobře znali a zaujatě vyprávěli, co tam viděli. Jedna dívka například popisovala zavedení hadičky do žaludku. Krom jediné dívky se děti hlasitě shodly na tom, že mají rády ČT Děčko a pravidelně je sledují. Potom se předháněly v popisu svých oblíbených pořadů. Mezi nejoblíbenější patří animované seriály s oblíbenými hrdiny.

Užívání technologií jako je televize, mobilní telefon, tablet nebo počítač jim splývá. Mediální obsahy k nim přicházejí všemi těmito kanály a zdá se, že poměrně vyváženě. Svůj svět si děti bez těchto technologií nerady představují, přestože uvádějí, že si i rády hrají s kamarády a sportují. Uvedly ale také, že kdyby to šlo, tak by na televizi klidně koukaly pořád. Vzhledem k tomu, že samy často mluvily o internetu a síťových technologiích, zeptala jsem se „Co je internet?“. Uvádím přesnou odpověď, na které se všechny děti shodly a která mě zaujala: „*Internet je, že když se vypne, tak nefunguje nic a když se zapne, funguje úplně všechno.*“

Shrnutí:

Podle provedeného výzkumu předškolní děti nerozlišují mezi technologiemi, ze kterých k nim přicházejí mediální obsahy. Tyto technologie využívají v průběhu celého dne a často jim je půjčují rodiče. Už v tomto věku je běžné, že děti nějakou přijímací technologii vlastní. Převážně je to televizor v pokoji nebo již mobilní telefon, který jim půjčují dospělí. Děti znají dětské pořady a vyhledávají je. Rodiče proto příliš nemusí regulovat obsah, který děti sledují, ale spíše čas, který sledováním tráví. Přestože sami často využívají televizi nebo tablet k zabavení dětí. To může být proto, že se tyto děti ještě neumějí příliš zabavit samy a rodiče nemají čas se jim právě věnovat. K tomuto zabavení používají

stanice ČT Děčko, pohádky na youtube nebo hry na tabletu.

Pro tyto děti je sledování televize naprosto samozřejmé a nepostradatelné. Na otázku „*Co by dělaly, kdyby televizi neměly?*“ odpovídaly: „*Pořádily bychom si ji.*“

Televizi i ostatní technologie umějí už poměrně dobře ovládat. Přesto k jejich spuštění často potřebují souhlas někoho z dospělých. Přes den děti rády televizi sledují samy. Jiní členové rodiny je spíš u sledování ruší. Vybírají si pořady, kterým věnují pozornost. Jsou to především pořady, kde jsou jejich oblíbení hrdinové a hrdinky. Lákají je i filmy pro dospělé, které mohou sledovat večer s rodiči.

4.2.2 Skupina dětí mladšího školního věku

Rozhovoru se zúčastnilo 10 dětí ve věku 6 až 9 let. Všechny byly v době výzkumu žáky základní školy v Lázních Toušeni. Jejich výběr byl spontánní v rámci družiny, kterou tvoří větší skupina dětí různého věku. Někteří žáci o rozhovor neměli zájem a chtěli si hrát, tedy jsem vybrala ty, kdo zájem měli a byli už zpočátku motivováni k povídání. Rozhovor probíhal ve třídě školní družiny, která je všem dětem známá a blízká. Zvolila jsem společné sezení na žíněnkách na zemi.

Rozhovor trval asi 28 minut. Všechny děti se zapojovaly do hovoru. Ty méně průbojně se hlásily, aby dostaly slovo. Dbala jsem na to, aby byly do hovoru zapojeny skutečně všechny. Některé se během hovoru volně pohybovaly po třídě, ale stále sledovaly, co se děje a přispívaly do společné diskuse. Celý hovor plynul velmi spontánně. Otázky jsem upravovala podle situace a navazovala doplňujícími otázkami, pro lepší rozvinutí tématu nebo proto, aby děti lépe pochopily, nač se ptám. Rozhovor je většinou bavil, hovořily jeden přes druhého a všechny chtěly sdělit své zážitky s televizí. Z toho usuzuji, že téma televize, ale i další média, jsou pro tyto děti skutečně běžnou součástí každodenního života a mají s nimi spoustu zážitků.

Z prvního okruhu otázek, ve kterém jsem se zabývala motivy a časovým rozložením sledování televize, vyplynulo, že dotazované děti sledují televizi především z důvodu zábavy. Jeden chlapec též uvedl, že televizi sleduje proto, že ho rodiče nikam ven nepouštějí, protože se o něj bojí. Většina dětí uváděla, že televizi sleduje ráno, než jdou do školy, potom když přijdou a pak ještě večer. Někdy s rodiči sledují filmy. Dokonce občas sledují televizi nebo pořady z youtube ve škole, když jim je pustí o přestávkách paní učitelka. Na otázku, zda by si uměly představit, že by doma televizi neměly, odpovídaly

váhavě a velmi rychle se odkázaly k jiným technologiím, které by jim televizi nahradily, jako například ipad nebo tablet. Dvě mladší dívky se nesměle přiznaly, že nevlastní žádnou jinou technologii umožňující sledování televize. Přišlo mi, že jim je to nepříjemné v rámci kolektivu, přestože ostatní děti na to nijak nereagovaly. Čtyři děti z deseti uvedly, že mají televizi ve svém pokojíčku.

Druhý okruh otázek směřoval ke způsobu sledování televize. Většina dotazovaných dětí uváděla, že si televizi zapínají samy a také ji převážně samy sledují, výjimky tvoří děti s mladšími sourozenci, kteří je ale spíše u televize ruší. Jediné společné sledování televize, které tyto děti uváděly, bylo občasné večerní sledování filmů s rodiči, které je ale baví. Děti též hovořily o regulaci sledování ze strany rodičů. I starší děti uvedly, že se doma musí ptát, zda mohou pustit televizi. Většinou je jim to dovoleno. Výjimky tvoří zákazy za nevhodné chování nebo „průšvih“ ve škole. Některé děti ještě musí mít splněny školní povinnosti, než jim rodiče dovolí pustit televizi. Asi polovina dětí uváděla, že mohou sledovat v televizi vše, co chtějí. V druhé polovině dětí dochází k částečné regulaci i obsahu sledovaných pořadů. Ovšem tento přístup je velmi subjektivní a odlišuje se, např. některé děti smějí sledovat detektivní seriál Modrý kód, jiné ne. Podobně je to i s jinými pořady. Děti hodně uváděly seriál Simpsonovi jako oblíbený seriál, který rádi sledují. Někteří rodiče jej zakazovali, jiní ne. V případě seriálu Simpsonovi se ovšem ukázala regulace tohoto typu neefektivní, zvláště u starších dětí, protože pokud tento seriál nemohou sledovat v televizi, tak sledují jej z youtube nebo z jiných technologií. Sledování televize nebo jiných pořadů a programů, které jsou dostupné na internetu, z jiných technologií než je klasická televizní obrazovka, uvedlo 75 % z dotazovaných dětí. V tomto případě je regulace ze strany rodičů výrazně méně efektivní.

K obsahům, které děti v televizi sledují, se hojně vyjadřovali všichni účastníci rozhovoru. Zde se ukázala odlišnost mezi mediálními obsahy, které sledují chlapci, a které dívky. Zatímco dívky často uváděly, že sledují všechno možné, co zrovna v televizi běží a hojně se odkazovaly na ČT Děčko, chlapci si více vybírají a vyhledávají akčnější pořady např. seriál Simpsonovi nebo Oggy a škodíci. Chlapci celkově prokazovali i výrazně lepší orientaci v akčních a kriminálních pořadech, které jsou určeny pro dospělé. Děvčata, která sledovala večer televizi s rodiči, uváděla spíše hrané pohádky nebo dětské filmy. Zajímavé bylo, když jsem se zeptala, jestli je lepší televize nebo mobil. Opět většina odpověděla, že mobil, protože nemusí poslouchat to, co nechťejí.

Shrnutí:

Průzkum potvrdil, že televize jednoznačně patří do života dětí mladšího školního věku. Často už ji ale nahrazují jinými technologiemi a vyhledávají programy typu youtube, které je baví, protože do nich mohou vstupovat například „lajkováním“. Někteří dokonce už vytváří vlastní videa a sdílejí je. V televizním světě se orientují, znají různé programy, které i sledují. Nejčastěji uváděli ČT Děčko, Nova Cinema a Prima Cool. Jen dvě dívky hovořily i o zahraničních dětských kanálech, na kterých sledují animované seriály. Televize plní funkci jak zábavní k zaplnění volného času přes den, přičemž i dospělí ji využívají k zabavení dětí, když se jim nemohou nebo nechtějí věnovat, tak i funkci socializační, když děti sledují televizi společně s rodiči, k čemuž dochází především večer. Rodiče se pokoušejí u svých dětí sledování televize částečně regulovat. Především eliminací nevhodných pořadů pro děti. V každé rodině je ale stupeň určení nevhodnosti pořadu jiný. Děti se k mediálním obsahům, které chtějí sledovat, ale sledovat nemohou pro omezení ze strany rodičů, dokáží dostat díky přístupu k jiným technologiím, kdy např. z internetu sledují, co chtějí. Regulace ze strany rodičů není příliš efektivní a velká. Sledování televize není jediným mediálním vyžitím dětí. Děti často uvádějí, že mobilní telefon nebo tablet je lepší, protože se na něm dají hrát hry, které rády a běžně hrají, a také, že si mohou vybírat, co je právě baví nebo zajímá. ČT Děčko je oblíbenou stanicí těchto dětí, většinou těch mladších a děvčat. Mohou na ně koukat celý den. Neselektují oblíbené pořady a sledují to, co právě běží. Při sledování televize si někdy i hrají, malují a svačí. Tyto děti již začínají aktivně vstupovat do mediálního světa. Část svého volného času tráví před televizí, kdy televize nabízí pasivní zábavu. Část času před televizí tráví společně s rodiči. Další významnou část svého času pak tráví s mobilem nebo tabletem, kdy už hledají a vybírají si videa a pořady, která budou sledovat a chtějí se k nim pomocí „lajků“ i vyjadřovat. Z mobilu sledují i televizní pořady. Televizní vysílání je pro tuto věkovou skupinu nejbližším a nejčastějším mediálním obsahem, který sleduje. Nemusí jej nutně sledovat z televizní obrazovky, ale využívá k tomu různé technologie. Nejčastěji mobilní telefony a tablety.

4.2.3 Skupina dětí staršího školního věku

Ve skupině dětí staršího školního věku dominovali žáci páté třídy, tedy žáci ve věku 11 let. Celkem se rozhovoru zúčastnilo 9 žáků a žákyň. Všichni byli velmi motivovaní a na rozhovor se těšili. Mezi sebou se dobře znali. Po seznámení se mnou a s důvodem mé návštěvy jsme hned mohli začít s diskusí.

Na otázku, zda sledují televizi, odpovídali váhavě. Časově se shodli na zhruba jedné hodině sledování televize denně, a to především podle toho, „co dávají“. Když je večer nějaký film, dívají se déle, přičemž jejich hlavní sledovací čas televize je večer. Starší chlapec uvedl, že televizi doma nemají, ale že „kouká na počítač“ a tam především sleduje youtube a youtubery. K tomu se přidali ostatní a začali vyprávět o videích na youtube a youtuberech obecně. Jedna mladší dívka uvedla, že se z youtube učí angličtinu, proto youtube sleduje.

Před televizí dávají tito respondenti přednost mobilnímu telefonu. Začali odhadovat čas, který na mobilu tráví. Výsledkem bylo zjištění, že je to vždy, když můžou. Jeden chlapec uvedl, že to jednou bylo pět hodin. Rozhovor se stočil k digitálním technologiím, mezi kterými jasně vítězil právě mobilní telefon. Účastníci diskuse shodně uváděli pokusy o regulaci času užívání mobilu ze strany rodičů. Nezřídka zazněly i razantní metody jako vypínání internetu v celém domě, zabavování telefonu na týden, v jednom případě i na měsíc. Někdo to vyřešil využitím jiné technologie, která unikla pozornosti dospělých, jiní respektovali zákaz. Uváděli též, že jiný režim stran regulace užívání mobilu je v rozvedených rodinách, kdy u každého rodiče mohou tyto technologie využívat s jinou benvolencí.

Televizní pořady na mobilu téměř nesledují. Vedou videa. Jako důvod uvedl jeden chlapec, že je dobré mít možnost pouštět je i několikrát dokola. Dalším důvodem byla možnost výběru pořadů/videí ke sledování. Velmi nadšeně hovořili o možnosti vytvářet vlastní videa, sdílet je anebo komentovat a označovat videa cizí. Jedna dívka uvedla, že má u svých videí již 1800 fanoušků. Všichni zúčastnění se pohybují na sociálních sítích, z nichž nejčastěji využívají Instagram.

Chlapci téměř o televizi nehovořili a nejevili o ni větší zájem. Dívky jmenovaly některé seriály, které sledují, ale ve většině případech se shodly, že je televize poslední dobou přestává bavit. Sledování televize tedy rodiče nemusí nijak regulovat. Rodiče podle dětí dovolí sledování téměř všeho, co chtějí, ale musí se zeptat. Jediná situace sledování televize, na které se shodli, je občasné sledování filmů večer s rodiči.

Mladší žáci uváděli lepší orientovanost mezi televizními stanicemi a přiznali sledování některých dětských televizí jako je např. Disney Channel. Všichni dobře znali seriál Simpsonovi a uvedli jej jako seriál, který rádi a často sledují. Hovor stále překračoval hranice klasického televizního sledování ke sledování videí a filmů na počítači nebo telefonu. Na otázku, zda už někdy zažili, že nebyli připojeni k internetu, uvedli, že ano, ale že to bylo „šílené“. Někteří hovořili o tom, že hráli s rodiči hry, což je ale bavilo. Téměř všichni potom uvedli, že jejich rodiče pravidelně televizi sledují. Především večer. Někteří rodiče používají počítač jako televizi a sledují na něm televizní stanice. Překvapivé bylo, že dotazovaní navzdory stálé možnosti kontaktu s mobilem uváděli, že pokud chtějí zapnout televizi, musí se zeptat.

Přes nevelký zájem o televizi všichni uvedli, že znají ČT Děčko. Pravidelněji je sleduje jen půlka z dotazovaných. Jako oblíbené pořady uvedli Terčin zvířecí svět,⁹¹ dokonce uváděli, že sledují animované seriály Gumídci nebo Šmoulové.

Shrnutí:

Pro tuto věkovou kategorii nehraje televize velkou roli ve smyslu sledování mediálních obsahů. Zůstává jí role socializační, kdy občas večer využívají možnost sledovat film s ostatními členy rodiny. Mediální obsahy sledují především na svých mobilních telefonech a před filmy dávají přednost kratším videím. Sami se do tohoto světa zapojují tvorbou vlastních videí a komentováním stávajících.

Před televizní obrazovkou netráví příliš mnoho času. Zato značný díl svého volného času věnují jiným technologiím s převahou mobilního telefonu. Regulace rodičů tedy přichází spíše z tohoto směru, kdy se snaží omezovat čas, který děti tráví s mobilem v ruce.

Pokud přeci jen sledují televizi, vybírají si rodinné seriály nebo filmy. Zvláště dívky.

Všichni se ale rádi občas vracejí i k pořadům určeným pro malé diváky. Znají ČT Děčko a občas je sledují.

4.2.4 Skupina mládeže ve věku střední adolescence

Tato skupina dospívajících dětí je z pohledu mé práce specifická. Zákon ještě vnímá tuto skupinu jako mládež, kterou je třeba některými ustanoveními chránit, nicméně již se opatření uvolňují. Občanský průkaz a později zletilost je již opravňuje k úkonům, které

⁹¹ Pořad Terčin zvířecí svět pořad o zvířatech je postaven na fenoménu videovlogů. Jedná se o chovatelský magazín pro starší děti, který uvádí 12ti letá vlogerka Terka. Pořad vysílá ČT Děčko.

jsou dětem zapovězeny. V oblasti televizní a filmové tvorby je to přístupnost k mediálním obsahům určeným pro dospělé. Česká televize už tuto skupinu vnímá jako dospělého diváka. ČT děčko uvádí, že jeho vysílání pro děti a mládež je pro děti ve věku 4 až 12 let. Z pohledu vývojové psychologie ale tato skupina dospívajících ve věku 15 až 18 let ještě patří do cyklu dětství a dospívání, proto jsem ji též zahrnula do svého výzkumu.

Skupina dotazovaných, se kterými jsem hovořila, byla menší než předchozí skupiny. Tvořili ji tři chlapci ve věku 16 až 18 let a jedna dívka ve věku 17 let. Jednalo se o kamarády mého syna. Míra subjektivity může být v tomto případě vyšší. Ať už díky nižšímu počtu účastníků, tak i účastí mého syna. Nicméně přesto ji také uvádím, protože z mého pohledu přinesla zajímavé poznatky a uzavřela cyklus mého poznání o sledování televize dětmi a mládeží. S touto skupinou jsem pracovala stejně jako se skupinami ostatními.

Na otázku, zda sledují televizi, odpovídali velmi vlažně. Nakonec přiznali, že televizi občas sledují, ale spíše náhodně než pravidelně. Důvodem pro sledování televize uváděli odpočinek po příchodu ze školy, sledování zpráv na Nově nebo sport. Jeden chlapec uvedl, že televizi nesleduje téměř vůbec. Výjimku tvoří náhodné sledování večerních filmů s rodinou. I dívka uvedla, že občas sleduje televizi večer s rodinou. Televize je ničím neláká. Místo toho využívají síťové technologie. S nimi tráví většinu svého času. Uváděli, že mají nepříjemný pocit, pokud u sebe nemají svůj telefon. Na něm sledují především videa na youtube. Někteří uváděli i oblíbené seriály, které sledují. Filmy zřídka. Jako důvod pro přednostní užívání telefonu uvedli možnost výběru obsahů, které chtějí sledovat. Mohou si pořady vybírat podle nálady. Sedmnáctiletý chlapec uvedl, že díky internetu má možnost sledovat více pořadů a vytřídit si, co se mu líbí – nemít jen jeden proud informací/přehled. Nicméně přiznali, že někdy sledují vše, co jim přijde pod ruku. Co se televizního sledování týká, rodiče je nijak zvlášť neomezují. Naopak, jsou rádi, když spíše dívají na televizi, a ne na telefon, protože to znamená, že jsou s nimi a mimo jiné mají přehled o tom, co jejich děti právě sledují. Více se však rodiče zajímají o regulaci času stráveného na mobilu. Obsah příliš nehlídají. Tato regulace však není nijak zvlášť důsledná. V autentickém komentáři: „Rodiče už tak nějak rezignovali.“

Absenci televize v domácnosti si představit dokážou a shodují se, že není třeba mít doma televizi.

I těchto dospívajících dětí jsem se zeptala, jestli znají ČT Děčko. Znali jen ti, kteří měli doma mladšího sourozence, který podle jejich slov na tento kanál „kouká celý den“.

Dokázali vyjmenovat i některé pořady, které na této stanici běží. Nicméně uváděli, že tyto pořady nesledují. Sami začali vzpomínat, že když byli malí, sledovali televizi výrazně více. To se ovšem zlomilo, když dostali svůj první chytrý telefon nebo počítač.

Téměř všichni uváděli, že jejich rodiče hodně sledují televizi. Jeden chlapec dokonce uvedl, že jeho matka možná sleduje televizi víc než on svůj telefon.

Jediná dívka uvedla, že má ve svém pokoji televizi, ale že ji používá jen, když ji připojí na internet a pouští si písničky. Nejmladší chlapec řekl, že má se svým starším bratrem malou televizi v pokoji a že si občas pouští DVD se starými animovanými pohádkami např.

Příšerky s.r.o.

Díky tomu, že hovor se točil především kolem internetu a také proto, že mě zajímalo, jak odpoví nejstarší skupina starších respondentů na otázku, kterou jsem položila dětem nejmladším, jsem se i jich zeptala „Co je internet?“. Shodli se na tom, že „*Internet je místo odpovědí.*“

Zajímavé bylo, když jsem se zeptala na to, co je donutí odložit mobilní telefon, když to nejsou rodiče. Jeden chlapec uvedl, že spánek, jiný, že bolest hlavy. Dívka odpověděla, že už jí samotné vadí, kolik času tráví u telefonu a sama si tedy tento čas zkouší regulovat.

Ve volné debatě potom konverzovali o televizi a její budoucnosti. Někdo tvrdil, že televize bude za pět let už úplně *out* a jiní tvrdili, že díky tomu, že se dá připojit na internet určitě *out* nebude a že se bude dále vyvíjet.

Shrnutí:

Pro tuto skupinu televize není nijak atraktivní a téměř ji nesledují. Jen ve výjimečných případech, které většinou souvisí se sociálními kontakty se členy rodiny. Objevuje se samoregulace užívání mobilního telefonu. Nicméně virtuální svět informací a mediálních obsahů je pro ně velmi lákavý a tráví v něm většinu svého volného času. Témata týkající se sledování televize jsme velmi rychle vyčerpali a hovor se spontánně točil především kolem síťových médií.

Někteří vědci, např. Spitzer, hovořili o tom, že tento způsob života vede právě tuto generaci k asociálnosti, oddělenosti od společnosti, k osamocení a depresi. Tato skupina byla poslední skupinou mladých respondentů, se kterými jsem hovořila, skupinou, která uzavírala cyklus dětského mediálního světa, skupinou *digital natives*. Mohla jsem tedy částečně pozorovat, jaké účinky takový život na těchto dětech zanechal.

Z této skupiny jsem neměla jsem pocit asociálního chování. Všichni mezi sebou

konverzovali, diskutovali k tématu a zdálo se mi, že je to baví. Uváděli historky ze svých životů, mluvili jak o seriálech a filmech, které všichni znali, tak i o svých rodičích, sourozencích nebo přátelích.

4.3 Výsledky výzkumu

Z odpovědí dotazovaných respondentů jsem usoudila, že děti televize zajímá zhruba do deseti let věku, přičemž hlavní skupinou zájmu je skupina dětí mladšího školního věku. Tyto děti jsou dle mého sledování hlavními diváky ČT Děčko. Jiné televizní stanice uváděly všechny děti spíše okrajově.

Nejmladší diváci jsou lační po mediálních sděleních, ale sami si je příliš nevybírají. Většinou se k nim dostávají prostřednictvím rodičů, kteří jim půjčují různé digitální technologie, na kterých jim pouští pohádky, hry apod. Sami si televizi umí pustit a pouštějí si ji. Rodiče se většinou snaží udržovat přehled o tom, co a kdy jejich dítě sleduje. Snaží se regulovat dětmi přijímaný obsah i čas strávený u televize či tabletu atp., přičemž ČT Děčko často běží v rodinách nepřetržitě. Z toho usuzuji, že rodiče vyhodnotili toto prostředí mediálně bezpečným pro své dítě a též, že televizi nebo jiná média rodiče využívají k zabavení svých dětí. Nejmladší diváci příliš nesledují děj, zajímají je spíš hrdinky a hrdinové.

Mladší školní děti již začínají vlastnit mobilní telefon a vnímání mediálního světa se rozšiřuje o možnost vlastního vstupování do něj. Televizní svět ovšem neopouštějí. Naopak. Jsou ze všech dětských skupin jeho nejčastějšími diváky. Dávají přednost ČT Děčku. Možná i proto, protože rodiče jim tuto stanicí nezakazují a také ji dobře znají z předchozích let. Volně přibírají k pořadům pro malé diváky pořady pro školáky. Tito diváci už vnímají příběhy, ale stále si udržují své oblíbené hrdiny. Televizní svět je jim velmi blízký. Sledují nejen pořady pro ně určené, ale i filmy pro starší děti nebo pro dospělé.

Pro starší školáky už televize začíná ztrácet atraktivitu a svou pozornost věnují často síťovým technologiím, především mobilům. Ještě úplně neopouštějí televizi. Občas v ní sledují pořady určené dětem, ČT Děčko, nebo filmy či seriály pro dospělé. Hlavní mediální pozornost ovšem zaměřují na videa především z youtube a youtubery. Více se zapojují do mediálního světa a baví je vytvářet vlastní videa, která sdílí. Televize je přestává bavit, protože si moc nemohou vybírat, co by v ní mohli sledovat. Rodiče nemusí příliš regulovat čas strávený u televizní obrazovky, protože není až tak nepřiměřený, ale zaměřují se na

regulaci času stráveného s mobilním telefonem. Využívají různé metody, jak dětem čas omezit. Ať už jsou to zákazy užívání, zabavování telefonu nebo vypínání internetu. V této skupině jsem zaznamenala nejčastější omezování času sledování médií a nejrazantnější způsoby jeho praktikování.

Pro mládež ve věku 15 až 18 let už televize téměř neexistuje. Využívají ji minimálně. Žijí s mobilním telefonem a sami uvádí nepříjemné pocity, když telefon u sebe nemají a nemohou být připojeni k síti. Tam sledují především krátká videa a seriály. Filmy sledují výjimečně. Televizní pořady téměř neznají. Jen ty, které sledují jejich rodiče.

Ačkoli televize během dětského vývoje ztrácí svou popularitu a mění se způsob jejího sledování, zůstává jí socializační prvek v rodině, kdy se mohou členové rodiny večer sejit a sledovat společně film nebo seriál.

Děti v dnešním světě rozhodně žijí plným mediálním životem. Díky regulaci obsahu hrozí už spíše jen nadměrné sledování médií a možná závislost na něm.

Diskuze

Dětské publikum plně potvrzuje teorii Henryho Jenkinse o konvergentní kultuře. Tito diváci, kteří byli dřívějšími výzkumy považováni za pasivní publikum, velmi rychle objevují možnosti digitálních médií a plně je využívají. Se svým aktivním mediálním chováním začínají již záhy a to kolem 6 – 7 věku života. Natáčejí videa, sdílejí je, označují je... V tomto věku ještě toto chování není tolik běžné, ale velmi rychle se tomu v následujících letech stane. Již děti v mladším školním věku můžeme považovat za aktivní publikum, které si vybírá, co bude sledovat, jakým způsobem a zda – li do bude nějak vstupovat i svými vlastními mediálními obsahy. Naplňuje tedy podmínky jak participativního, tak migračního publika. Tento způsob užívání mediálních obsahů roste společně s věkem.

Podle vývojové psychologie se uvádí, že nejmladší děti, kteří jsou ještě ve velké míře televizním publikem, by měly sledovat televizi společně s rodiči nebo staršími sourozenci, kteří by jim mohli popř. vysvětlit čemu děti nerozumí nebo s nimi diskutovat o sledovaných pořadech. Dle mého výzkumu se tomu tak neděje. Možná i proto, že rodiče často využívají televizi jako jakéhosi „babysittera“. Většina dětí ale uvádělo, že rodiče jim pořady vybírají. Nicméně tato skutečnost by v dnešní době nemusela vadit, protože se ve velké míře změnil i charakter dětských pořadů a oproti minulosti je jejich značná část výrazně edukativnější a také obsahuje méně násilí. Především tedy pořady vysílané na

české dětské stanice ČT Děčko. Tato stanice své pořady pečlivě vybírá a zpracovává. ČT Děčko navíc označuje své pořady ikonkou věku v horním pravém rohu obrazovky, která upozorňuje na věk, jemuž je daný program určen.

Podle mých zjištění děti sledují televizi především pro zábavu. Spousta dětských pořadů v dnešní době má edukativní charakter, což děti při sledování nevnímají, ale pořady je baví a sledují je. Tedy možnost televize mít i pozitivní účinky na chování dětí, které se z televize nevědomě učí, by tímto mohla být naplněna. Což přináší velkou změnu oproti minulosti, kdy se hovořilo především o negativních účincích televize a to díky jejím násilím obsahům.

Děti ve věku 6 – 10 let jsou nejsilnějším dětským publikem. Dle vývojové psychologie má právě na tyto děti televize největší vliv. Jak se ukazuje, tak právě tuto část dětí skutečně nejvíce upoutává ČT Děčko, tedy tento vliv se podařilo alespoň z části regulovat.

Z dětí se ale velmi brzy stávají velmi silní diváci, kteří sledují různá média v průběhu celého dne a postupně jim zabírají víc a víc volného času. Z regulovaného prostoru televize vstupují do výrazně méně regulovaného prostoru internetu. Obsahové restrikce se stran rodičů u televize nejsou až tak razantní. Razantnější jsou v míře času, které děti s médii mohou trávit. Podle výzkumu Slobody jsou tato omezení rodiči uplatňována až do 12ti let věku. S čím korespondují i výsledky mého výzkumu. Navíc jsem zjistila, že tyto restrikce mohou být skutečně poměrně razantní. A to především rodiči dětí ve věku 10 – 12 let. Potom už pomalu slábnou.

Závěr

Studie věnující se problematice dětských diváků, které probíhaly a dále probíhají, naznačují, že dětem, jako divákům je třeba věnovat speciální pozornost. Jejich psychologický vývoj z nich vytváří diváky zranitelnější a citlivější k mediálním obsahům. Již v minulosti byly prokázány bezprostřední účinky násilných obsahů na dětské chování. Z dlouhodobého pohledu je tato situace hůře prokazatelná. Pokud se děti dokáží z televize učit násilnému chování, měly by se stejným způsobem učit i chování prosociálnímu. Z výzkumů se to ovšem přímo neprokázalo, a to nejspíš proto, že většina televizních obsahů, které děti měly možnost sledovat v době konání výzkumu, obsahovaly alespoň z části násilný charakter. Stejně silný vliv na chování má kromě obsahů i čas, který děti věnují sledování médií.

Dnešní děti, žijící v aktuální světě, neodpovídají přesně dětem, se kterými se pracovalo na počátku, při vzniku televize a jejím boomeru. Tyto děti již vstoupily do úplně jiného prostředí, které je formuje. Toto prostředí je plné digitálních médií a již malé děti mají možnost jich využívat. Podle teorie Marshalla McLuhana, který přišel s myšlenkou, že médium je poselství, tedy, že nás více než obsah, který médium přináší, ovlivňuje médium samo, a způsob, jakým je využíváno,⁹² bychom měli vnímat celou dnešní společnost výrazně jinak, než společnost před cca padesáti lety, kdy světu ještě vládla televize. Dnešním hlavním médiem je internet a technologie umožňující připojení k síti. Dnešní děti mají nepřeberné možnosti sledování a využívání digitálních médií a přijímají velké množství mediálních obsahů. To ovšem neznamená, že přeskočily své vývojové fáze dané postupným mentálním i fyzickým rozvojem a že jsou odolnější vůči mediálním obsahům, které k nim přicházejí.

Společnost si tuto skutečnost uvědomuje a částečně se snaží eliminovat či alespoň regulovat rizika spojená s nevhodným sledováním médií dětmi. Nejen, že se o tomto problému více hovoří a převažující část rodičů si již uvědomuje negativní účinky, které může sledování televize, ale i jiných médií přinést. Regulace přichází i ze strany legislativy. V oblasti internetu regulace nevhodných obsahů je mnohem hůře kontrolovatelná a uchopitelná, než u televizního vysílání. To si uvědomují i rodiče a televiznímu prostředí důvěřují o něco více, než tomu internetovému.

Větší regulaci podléhá České televize, která jako instituce veřejné služby podléhá dalším

⁹² MCLUHAN, Marshall. Jak rozumět médiím: extenze člověka. Praha: Odeon, 1991. Eseje (Odeon). ISBN 80-207-0296-2.

pravidlům a zákonům oproti televizím komerčním. Česká televize má za úkol mimo jiné vzdělávat a také se má věnovat tvorbě pro děti a mládež. V roce 2013 vznikla na ČT dětská stanice s názvem ČT Děčko. Převážná většina dětských pořadů se koncentrovala do této stanice, čímž se uvolnila značná část vysílacího času kanálu ČT1 a ČT2. ČT Děčko začalo vysílat pro děti ve věku 4 až 12 let. Z 30 % tvoří program vlastní tvorba, zbytek jsou přejaté zahraniční pořady. Děčko se ke svému úkolu postavilo velice zodpovědně a svůj koncept založilo na tom, že vytvoří jakýsi bezpečný přístav pro děti, kde mohou sledovat pečlivě vybrané zahraniční nebo ve vlastní tvorbě připravené pořady. Pokud budeme vycházet z myšlenky, že negativní účinky televize, které přinášejí agresivní chování u dětí, vyplývají především z toho, že většina běžných mediálních obsahů je plná násilí v různých formách, pak je ČT Děčko téměř revolučním programem, který nabízí právě tu možnost, aby děti sledovaly pouze prosociální pořady nebo pořady pečlivě odborně vybrané, určené dětskému divákovi. Významnou částí je i web ČT Děčko, tzv. Děčkovize, která nabízí dětem stejně regulovaný prostor, ale na internetu. Jsou tu hry, archiv pořadů, informace, zajímavosti. K tomu ještě ČT Děčko expanduje i do reálného světa, kde ve spolupráci se science centry má své koutky a děti se tak i v běžném světě mohou potkat se světem, který znají z webu nebo z televize. Zda televizní, nebo webová. Každopádně ČT Děčko je z tohoto pohledu jedním z nejkongruentnějších médií dnešní doby. Staré médium, jakým televize byla, které by těžko zaujalo dnešního dětského diváka, který se již pohybuje ve světě digitálních médií a který si navzdory představám o své pasivitě už chce vybírat na co se dívá, se proměnilo a rozrostlo o svou internetovou část, která přímo spolupracuje s mateřskou částí televizní a naopak. Zdá se tedy, že tato stanice nejen zvládla své zadání a přes rizika spojená s dětským divákem jej i v tomto světě dokázala zaujmout. Ale navíc dětskému divákovi nabízí pořady, které jsou vybrány jako objektivně výchovně vhodné. O oblíbenosti ČT Děčka svědčí i sledovanost tohoto kanálu, která se stále pohybuje kolem 30 %. Část, kterou si ČT Děčko předsevzalo, tedy plní – být bezpečným přístavem. Problém násilných obsahů by tedy tímto mohl být z části vyřešen, nebo přinejmenším by mohl nabízet řešení, ale pak je tu ještě další problém, a to je čas, který děti u televize nebo u jiných médií tráví, a případná závislost na užívání televize či jiných médií, které v dnešní společnosti začínáme čelit. Zde přichází úloha rodičů a vychovatelů, kteří mají nelehký úkol, a to i přes všechna lákadla televize, i přes vysílání ČT Děčka a dalších médií, tento čas nějak regulovat.

Dle výzkumu, který jsem provedla s dětmi a studenty ve věku 4 až 18 let, se ukazuje, že

význam rodičů ve výběru mediálních obsahů pro děti je fatální v nejmladším věku. Postupně tento vliv rodičů přirozeně slábne. Podle mého zjištění rodiče dětem v tomto věku televizi příliš časově neregulují a též využívají jiné technologie, aby své děti zabavili. Předškolní děti už jsou plně vybaveny znalostmi o využívání různých technologií, hrají hry (i když většinou dětské, které jim vyberou rodiče), plně sledují videa a pohádky na youtube (které jim zatím vybírají rodiče) a sledují televizi s preferencí ČT Děčko. Většinou nevlastní své počítače, televizory nebo mobilní telefony, ze kterých by mohly přijímat mediální obsahy. Největšími diváky televize jsou dle mého výzkumu děti mladšího školního věku. Některé z nich ji sledují skutečně celý den a plně využívají nabídky ČT Děčko. S příchodem vlastních mobilních telefonů do dětského života pomalu začíná mizet zájem o televizi a dětský divák se přesouvá do internetového prostředí, kde plně využívá možnosti sledovat to, co sám chce. To většina dětí uvádí jako hlavní důvod nezájmu o televizi. Toto se děje u dětí již kolem věku deseti let.

Televize ze světa dnešních dětí poměrně brzy mizí. Otázkou zůstává, zda se k ní někdy v budoucnu ve svém dospělém věku vrátí. Televizi přesto zůstává její socializační role, kdy se mladí diváci právě u televize stále ještě mohou scházet s rodinnými příslušníky a této možnosti všechny věkové kategorie více či méně využívají.

Televize je tedy v dnešní době nejspíš nejvíce regulovaným médiem ze strany společnosti, a to především Česká televize. Obavy z prognóz, že příchodem digitálních médií přijde konec televize, se nepotvrzují. Naopak, dramaturgie televizních vysílání reaguje na situaci a z televize se stává úspěšné digitální médium. Bohužel děti poměrně záhy tento regulovaný prostor opouštějí, a přeci jen dávají přednost mediálnímu životu na síti, kde si mohou vybírat, co přesně budou sledovat, a využívají možnost sledovat zvolené pořady i několikrát za sebou. Často vyhledávají krátká videa a také někdy již využívají příležitost přidat svá vlastní videa. Přestože jim tuto možnost nabízí i ČT Děčko, raději využívají sociální sítě. Větší variabilita mediálních obsahů a menší regulace více přitahuje starší dětské publikum. Roli v tom jistě hraje i možnost sledování z mobilního telefonu, na němž mohou okamžitě reagovat na příspěvky, popřípadě vytvářet vlastní videa a sdílet je na síti. Přesto se i v dnešním světě digitálních médií televize dokázala prosadit a děti zaujmout. ČT Děčko s 30 % sledovaností patří mezi nejúspěšnější televize v Evropě. Sledují ji děti především ve věku 5 až 10 let. Tedy se podařilo tuto rizikovou skupinu upoutat programem, který eliminuje negativní účinky médií. Bohužel děti velmi záhy opouští televizní prostředí a většinou s příchodem vlastního mobilního telefonu do jejich života

přechází do světa internetu, který už tolik regulován není. Děti v dnešním světě rozhodně žijí plným mediálním životem, a přes všechna úskalí a výhody digitálních médií do tohoto světa stále patří i televize.

Summary

In this work I concerned with the influence of television broadcast on children, and with the decreasing popularity of television in this age category of viewers. Since the television broadcast began in Czechoslovakia, there started serious talk about possible negative impact of watching television. This concerned especially children viewers who formed specific spectators and who could be more hurt because of increasing impact of any media. Many researchers who investigated these impacts they mostly agreed that watching television influences the measure of children's aggressive behavior. However, not only watching violent contents itself, but also the long-term watching of television programs formed new problems. According to other researches new problems appeared with the increase of children's aggression which has not been as much caused by the long-term watching of television, but by showing violence in its programs in various forms. The other danger, to which researchers paid attention, seemed to be too frequent time spent by children watching the television screen, because of which children did not find sufficient space for their own activities, which are so important for their development. In my work I came up to following conclusions. Since the beginning of television and since first researches, a long time passed, and the society changed in many aspects. Now, television does not represent the main media anymore and children have very good technological knowledge, so that they can use all digital media offered by today's world. Development appeared on social level too. Many legal regulations have been introduced and applied to regulate inappropriate medial contents and to regulate the time during which such programs may be broadcasted. This regulation concerned television strongly. Special example represents the public service television broadcast, which is subject to massive regulations for children's programs especially. The regulation of commercial television is much less strong. Few years ago, the special children's channel of The Czech Television has been constituted. It has been orientated on children's viewer directly and it thoroughly chooses programs, which are intended for this viewer. Even in the present world of digital media, this television channel is still able to attract interest of children and with its 30 per cent of viewers it belongs to the most successful televisions in Europe. The Czech Television Children Channel is being mostly watched by children of age between 5 and 10. Thus, this risk category of viewers has been attracted by a program, which eliminates negative impact of media deliberately. Unfortunately, children viewers leave television very soon, as they subsequently enter the world of cellular phone and internet, which is not

regulated that much or at all. It is also harder to regulate the time which teenagers spend on the phone during their free time. However, television then seems to keep the social role when the whole family can meet and watch television together.

Použité zdroje a odborná literatura

- BANDURA, ROSS a ROSS. *Observational Learning and the Bobo Doll* [online]. 2007 [cit. 2019-05-10]. Dostupné z: <https://files.eric.ed.gov/fulltext/ED499095.pdf>. University of Connecticut.
- BEDNAŘÍK, Petr, Jan JIRÁK a Barbara KÖPPOVÁ. *Dějiny českých médií: od počátku do současnosti*. Praha: Grada, 2011. Žurnalistika a komunikace. ISBN 978-80-247-3028-8.
- DURHAM, Meenakshi Gigi a Douglas KELLNER, ed. *Media and cultural studies: keywords*. Malden, Mass.: Blackwell Publishers, 2001. *Keywords in cultural studies*, 2. ISBN 0-631-22096-8.
- ČERMÁK, Miloš, OSVALDOVÁ, Barbora a Alice NĚMCOVÁ TEJKALOVÁ, ed. *Žurnalistika v informační společnosti - digitalizace a internetizace žurnalistiky: proměny a perspektivy žurnalistiky v epoše digitálních médií aneb nová média teoreticky i prakticky*. V Praze: Karolinum, 2009. ISBN 978-80-246-1684-1
- GIDDENS, Anthony. *Sociologie*. Praha: Argo, 1999. ISBN 80-7203-124-4.
- GILES, David. *Psychologie médií*. Praha: Grada, 2012. *Z pohledu psychologie*. ISBN 978-80-247-3921-2
- JENKINS, Henry a Mark DEUZE. *Editorial- Convergence Culture* [online]. 2008 [cit. 2019-05-10]. Dostupné z: <https://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/1354856507084415>
- KALISTOVÁ, Kateřina. *RRTV - Pořad pro děti - stanovisko* [online]. 2013, , 9 [cit. 2019-05-04]. Dostupné z: https://www.rrtv.cz/cz/static/metodiky/Stanovisko_porad_pro_deti.pdf
- KNAPÍK, Jiří a Martin FRANC. *Průvodce kulturním děním a životním stylem v českých zemích 1948-1967*. Praha: Academia, 2011. *Šťastné zítřky (Academia)*. ISBN 978-80-200-2019-2.
- Kodex České televize - zásady naplňování veřejné služby v oblasti televizního vysílání*. Praha: Česká televize, 2003. ISBN 80-85005-46-8.
- MCLUHAN, Marshall. *Jak rozumět médiím: extenze člověka*. Praha: Odeon, 1991. *Eseje (Odeon)*. ISBN 80-207-0296-2.
- MORAVEC, Václav. *Média v tekutých časech: konvergence audiovizuálních médií v ČR*. Praha: Academia, 2016. *Společnost (Academia)*. ISBN 978-80-200-2572-2
- MCQUAIL, Denis. *Úvod do teorie masové komunikace*. 4., rozš. a přeprac. vyd. Praha:

Portál, 2009. ISBN 978-80-7367-574-5

MACEK, Petr. Televizní vysílání pro děti a mládež - psychologický pohled. *Pedagogika*, Praha: PedF UK Praha, 2000, roč. 50, č. 3.

MACEK, Jakub. Média v pohybu: k proměně současných českých publik. Brno: Masarykova univerzita, 2015. ISBN 978-80-210-8033-1.

NESG. Co je to ČT :D. Česká televize [online]. [cit. 2019-04-20]. Dostupné z: <https://www.ceskatelevize.cz/decko-pro-rodice/uvod/>

NESG. Dětské stanice. Tv.seznam.cz [online]. [cit. 2019-04-20]. Dostupné z: <https://tv.seznam.cz/stanice/detske>

NESG. Dětský program české televize. Česká televize [online]. [cit. 2019-04-20]. Dostupné z: <https://www.ceskatelevize.cz/decko-pro-rodice/uvod/>

NESG. Děti a televize. *Ceskatelevize.cz* [online]. [cit. 2019-05-04]. Dostupné z: <https://www.ceskatelevize.cz/decko-pro-rodice/deti-a-televize/>

NESG. Historie večerníčku. Česká televize [online]. [cit. 2019-05-08]. Dostupné z: <https://www.ceskatelevize.cz/porady/0-vecernicek/5626-historie-vecernicku/>

NESG. Jak vybíráme zahraniční pořady. *Ceskatelevize.cz* [online]. [cit. 2019-05-04]. Dostupné z: <https://www.ceskatelevize.cz/decko-pro-rodice/program/zahranicni-porady/>

NESG. Jarmila Turnovská. FDb.cz [online]. [cit. 2019-05-08]. Dostupné z: https://www.fdb.cz/lidi-zivotopis-biografie/65153-jarmila-turnovska.htmlhttps://dk.upce.cz/bitstream/handle/10195/36082/HochmanovaZ_VyvojVecernicku_OK_20100.pdf?sequence=1&isAllowed=y

NESG. Rozmarýnek. ČSFD [online]. [cit. 2019-05-08]. Dostupné z: <https://www.csfd.cz/film/233674-rozmarynek/prehled/>

NESG. Studio kamarád. ČSFD [online]. [cit. 2019-05-08]. Dostupné z: <https://www.csfd.cz/film/252353-studio-kamarad/prehled/>

NESG. Televizní klub mladých. ČSFD [online]. [cit. 2019-05-08]. Dostupné z: <https://www.csfd.cz/film/311059-televizni-klub-mladych/komentare/>

NESG. Vlastovka (pionýrská). ČSFD [online]. [cit. 2019-05-08]. Dostupné z: <https://www.csfd.cz/film/230555-vlastovka-pionyrska/prehled/>

SLOBODA, Zdeněk. *Mediální výchova v rodině: postoje, nástroje, výzvy*. Olomouc:

Univerzita Palackého v Olomouci, 2013. ISBN 978-80-244-4496-3.

SPITZER, Manfred. *Digitální demence: jak připravujeme sami sebe a naše děti o rozum*. Brno: Host, 2014. ISBN 978-80-7294-872-7.

ŠTOLL, Martin. *1.5.1953 - zahájení televizního vysílání: zrození televizního národa*. Praha: Havran, 2011. Dny, které tvořily české dějiny. ISBN 978-80-87341-06-3.

ŠEĎOVÁ, Klára. *Děti a rodiče před televizí: rodinná socializace dětského televizního diváctví*. Brno: Paido, 2007. ISBN 978-80-7315-149-2.

VÁLKOVÁ, Hana. *Nová dětská televize se bude jmenovat Děčko, vysílat začne na konci srpna*. Idnes.cz [online]. 2013, , 1 [cit. 2019-05-04]. Dostupné z: https://www.idnes.cz/zpravy/domaci/ceska-televize-spusti-v-srpnu-novy-detsky-kanal-decko.A130221_105545_domaci_hv

VÁGNEROVÁ, Marie. *Vývojová psychologie I.: dětství a dospívání*. Praha: Karolinum, 2005. ISBN 80-246-0956-8.

Zákon č. 483/1991 Sb.: *Zákon České národní rady o České televizi* [online]. [cit. 2019-03-30]. Dostupné z: <https://www.zakonyprolidi.cz/cs/1991-483>

Zákon č. 231/2001 Sb.: *Zákon o provozování rozhlasového a televizního vysílání a o změně dalších zákonů* [online]. [cit. 2019-03-30]. Dostupné z: <https://www.zakonyprolidi.cz/cs/2001-231>

Další zdroje:

Rozhovor s Milošem Zvěřinou proběhl dne 25.4. 2019 v budově České televize v Praze.

Rozhovory se skupinami dětí proběhly dne 16. a 17.4. 2019 v prostorách základní školy v Lázních Toušeni a 19.4. v soukromých prostorech v Lázních Toušeni.

SCHVÁLENO

Institut komunikačních studií a žurnalistiky FSV UK Teze BAKALÁŘSKÉ diplomové práce	
TUTO ČÁST VYPLŇUJE STUDENT/KA:	
Příjmení a jméno diplomantky/diplomanta: Hadrbcová Jana	Razítko podatelny: <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin: 5px auto; width: fit-content;"> <p style="text-align: center; margin: 0;">Univerzita Karlova Fakulta sociálních věd</p> <p>Došlo dne: 19-06-2018 -1-</p> <p>Čj: 2737 Příloh:</p> <p>Přiděleno:</p> </div>
Imatrikulační ročník diplomantky/diplomanta: 2016	
E-mail diplomantky/diplomanta: jana.hadrbcova@seznam.cz	
Studijní obor/forma studia: Mediální studia/ kombinovaná forma	
Předpokládaný název práce v češtině: Televize ve světě dnešních dětí a teenagerů	
Předpokládaný název práce v angličtině: Television in the lives of contemporary children and teenagers	
Předpokládaný termín dokončení (semestr, akademický rok – vzor: ZS 2012/2013): (diplomovou práci je možné odevzdat nejdříve po dvou semestrech od schválení tezí) LS 2018/2019	
Základní charakteristika tématu a předpokládaný cíl práce (max. 1000 znaků): Dnešní děti a mládež představují generaci označovanou jako digital natives, protože se narodili a vyrůstali ve světě, jehož běžnou součástí jsou digitální média. Tzv. stará média, jako například televize, ustupují do pozadí, ale zároveň se snaží držet krok s dobou. Televize byla ještě poměrně nedávno nejoblíbenějším a nejsledovanějším médiem. V dnešní době ale její vliv a působnost ustupuje před novými digitálními technologiemi. Právě mladá generace je ta, pro níž je televize staré médium a podle některých výzkumů dává přednost digitálnímu světu na síti před tím klasickým televizním. Česká Televize jako instituce veřejné služby by měla mít krom jiného též prostor pro pořady pro děti a mládež. V této práci chci proto na pořadech České televize určených pro děti a mládež zjistit, jak se tato instituce vyrovnává s pozicí starého média, jak reaguje na změny u jejích diváků, jaká je její strategie, aby své mladé diváky zaujala. Využitím metody zakotvené teorie, na základě rozhovorů s dramaturgy ČT pořadů pro děti a mládež, analýzou dramaturgických plánů, sledovanosti pořadů určených pro děti a mládež, chci zjistit, jak v této době Česká televize reaguje na své publikum a jeho nároky, a zda toto publikum skutečně reflektuje tuto práci. Díky analýze sledovanosti chci porovnat, zda sleduje toto publikum pořady pro něj určené. Zaměřím se především na ČT děčko, jehož vysílání je přímo zaměřené na pořady pro děti a mládež.	
Předpokládaná struktura práce (rozdělení do jednotlivých kapitol a podkapitol se stručnou charakteristikou jejich obsahu): 1) Úvod (uvedení do tématu, cíle práce) 2) Publikum – děti a mládež 2.1 Definování publika – digital natives 2.2 Výzkumy a teorie zabývající se vztahem mládeže k médiím 2.3 Stará a nová média – ve vztahu k dětem a mládeži 3) České televize 3.1 Ukotvení vysílání pro děti a mládež v zákoně 3.2 Funkce vysílání pro děti a mládež v ČT 3.3 vývoj pořadů pro děti a mládež v ČT	

- 4) ČT děčko
 - 4.1 Historie programu
 - 4.2 Aktuální dramaturgický plán
 - 4.3 Rozbor některých pořadů ČTděčko
 - 4.4 Další možnosti ČT děčko – digitální Děčko ..
 - 4.5 Sledovanost
- 5) Závěr (shrnutí)
- 6) Použitá literatura
- 7) Přílohy

Vymezení zpracovávaného materiálu (např. konkrétní titul periodika a období jeho analýzy):

Postup (technika) při zpracování materiálu:

Využitím metody zakotvené teorie na základě rozhovorů s dramaturgy ČT pořadů pro děti a mládež, analýzou dramaturgických plánů, sledovanosti pořadů určených pro děti a mládež, chci zjistit, jak v této době Česká televize reaguje na své publikum a jeho nároky, a zda toto publikum skutečně reflektuje tuto práci a na analýze sledovanosti porovnat, zda sleduje tyto pořady.

Základní literatura (nejméně 5 nejdůležitějších titulů k tématu a způsobu jeho zpracování; u všech titulů je nutné uvést stručnou anotaci na 2-5 řádků):

MACEK, Jakub. *Média v pohybu: k proměně současných českých publik.* Brno: Masarykova univerzita, 2015. ISBN 978-80-210-8033-1.

Publikace pojednává o transformačních procesech v oblasti mediálních praxí a to z pohledu mediálních studií a sociologie. Věnuje se tomu, jakou roli hrají stará a nová média v současném životě a recepčních praxích českých mediálních publik.

MCQUAIL, Denis. *Úvod do teorie masové komunikace.* 4., rozš. a přeprac. vyd. Praha: Portál, 2009. ISBN 978-80-7367-574-5.

Učebnice základů masové komunikace. Probírá všechny hlavní oblasti teorie a fungování masových médií.

JIRÁK, Jan a Barbara KÖPPELOVÁ. *Média a společnost.* Vyd. 2. Praha: Portál, 2007. ISBN 978-80-7367-287-4.

Publikace se zabývá působením médií na společenský, politický a kulturní život současné společnosti a specifickým typem sociální komunikace, na kterém se média rovněž podílejí.

MORAVEC, Václav. *Média v tekutých časech: konvergence audiovizuálních médií v ČR.* Praha: Academia, 2016. Společnost (Academia). ISBN 978-80-200-2572-2.

Publikace se zabývá digitální metamorfózou některými jejími důsledky v českém prostředí. Zasaduje pojmy jako interaktivita, digitalizace, participace do českého prostředí. Poukazuje na změny chování uživatelů audiovizuálních médií.

SPITZER, Manfred. *Digitální demence: jak připravujeme sami sebe a naše děti o rozum.* Brno: Host, 2014. ISBN 978-80-7294-872-7.

V této publikaci se uznávaný německý neurovědce pokouší poukázat na působení digitálních médií na běžný život jejich uživatelů a jejich vlivu na funkce a vývoj mozku. To vše dokládá na ukázkách mnoha výzkumů.

STRAUSS, Anselm L. a Juliet CORBIN. *Základy kvalitativního výzkumu: postupy a techniky metody*

zakotvené teorie. Brno: Sdružení Podané ruce, 1999. SCAN. ISBN 80-85834-60-X.
Publikace představuje techniky a postupy metody zakotvené teorie.

BOURDIEU, Pierre. O televizi. V nakl. Doplněk 1. vyd. Brno: Doplněk, 2002. Edice světových autorů (Doplněk). ISBN 80-7239-122-4.

Autor se v knize zabývá mechanismy neviditelné cenzury a vlivu televize (resp. médií) na společnost, a to ze sociologického hlediska.

Diplomové práce k tématu (seznam bakalářských, magisterských a doktorských prací, které byly k tématu obhájeny na UK, případně dalších oborově blízkých fakultách či vysokých školách za posledních pět let)

Autor: Monika Hájková

Název: Veřejnoprávní televize jako výchovné a vzdělávací médium: analýza programu ČT Děčko

Rok publikování: 2015

Fakulta: Fakulta sociálních věd UK

Autor: Žánová, Nikola

Název: Vliv médií na děti a mládež

Datum obhajoby: 12. 06. 2014

Fakulta / součást: Husitská teologická fakulta

Autor: Vladimíra Berná

Název: Vzdělávací pořady ČT: D Nauč tetu na netu a Pirátské vysílání

Rok publikace: 2017

Fakulta / součást: Fakulta sociálních věd UK

Autor: Hana Králová

Název: Zprávičky - zpravodajství na dětském kanálu České televize ČT: D

Rok publikace: 2015

Fakulta / součást: Fakulta sociálních věd UK

Datum / Podpis studenta/ky

19.6.2015 *Podan*

TUTO ČÁST VYPLŇUJE PEDAGOG/PEDAGOŽKA:

Doporučení k tématu, struktuře a technice zpracování materiálu:

Případné doporučení dalších titulů literatury předepsané ke zpracování tématu:

Potvrzuji, že výše uvedené teze jsem s jejich autorem/kou konzultoval(a) a že téma odpovídá mému oborovému zaměření a oblasti odborné práce, kterou na FSV UK vykonávám.

Souhlasím s tím, že budu vedoucí(m) této práce.

MIESSLER JAN

19.6.2015 *Jan Miesler*

Příjmení a jméno pedagožky/pedagoga

Datum / Podpis pedagožky/pedagoga

Seznam příloh

Příloha č. 1: Výzkum – seznam otázek

Příloha č. 2: Výzkum - seznam respondentů (tabulka)

Příloha č. 3: Rozhovor s Milošem Zvěřinou, dramaturgem ČT Děčko

Výzkum – seznam otázek

- 1) Skupiny 8-10 dětí ve věku: 3-6 let
6-10 let
10-15 let
Popř. 15-18 let (s touto skupinou už nepočítá ČT Děčko, ale v rámci práce je to stále skupina „mládež“ o které hovoří zákon a také v rámci vývojové psychologie mají svá specifika jako publikum)

- 2) Otázky jsou stejné pro všechny skupiny.

Otázky:

- 1) **Sledování televize – motiv, časové určení**
 - Koukáte na televizi?
 - Proč na ni koukáte?
 - Kdy ji sledujete?
 - Jak dlouho obvykle koukáte na televizi?
 - Dokážete si představit, že byste televize doma neměli?

- 2) **Způsob sledování**
 - Kdo u vás zapíná televizi a kdo ji vypíná?
 - Koukáte s rodiči nebo s někým jiným a rodiny?
 - Koukáte sami?
 - Omezují vám rodiče sledování Tv? Časově nebo jen nějaké programy/pořady?
 - Využíváte ke sledování i jiná média – telefon
Tablet
počítač

- 3) **Co sledují v televizi?**
 - Co sledujete v televizi? Jaké pořady? Programy?
 - Co se vám líbí v televizi?
 - Sledujete i pořady pro dospělé?

- 4) **ČT Děčko**
 - Znáte tuto stanici?
 - Jak často ji sledujete?
 - Jaké pořady zde sledujete?

Příloha č.2

Výzkum - seznam respondentů

Skupina předškolních dětí

Jméno	věk
Karolína	4
Adam	5
Anežka	6
Sebastian	5
Ěma	5
Viktorie	6
Max	4

Skupina dětí mladšího školního věku

Jméno	věk
Rozálie	6
Michaela	7
Anička	8
Ondra	8
Katka	8
Viktorie	7
Růžena	8
Sára	7
Kryštof	9
Martin	9

Skupina dětí staršího školního věku

Jméno	věk
Stázka	10
Kačka	12
Nikola	12
Renata	11
Hana	10
Alena	10
Štěpán	11
Tomáš	10
Vašek	11

Skupina student ve věku střední adolescence

Jméno	věk
Michal	16
Bára	17
Matyáš	17
Josef	18

Rozhovor s Milošem Zvěřinou, dramaturgem ČT Děčko

Miloš Zvěřina je českým scénáristou a režisérem. Vystudoval animovanou tvorbu na FAMU. Natočil několik krátkých animovaných filmů, v rámci centra dětských a vzdělávacích pořadů na ČT pracoval jako dramaturg večerníčku a animované tvorby.⁹³ Je jedním ze zakladatelů ČT Děčko, kde v současné době působí jako dramaturg programu.

Pro jaké diváky Děčko vysílá? Proč?

My máme dvě cílové skupiny. První je 4 – 8 let a druhá je 9 – 12. Původně se zamýšlelo o skupině diváků 4 – 15, ale z rozhodnutí vyšších orgánů došlo k přehodnocení a cílová skupina se snížila na 4 – 12. Stalo se to především kvůli frekvencích. Pro nás by bylo z kapacitních důvodů velmi náročné vyrábět takové pořady, které by vyhovovaly mladším nebo i starším divákům, než těm, kterými odpovídá věkové rozmezí 4-12 let. Zásadní je pro nás cílová skupina 4 – 8 let, mezi těmito dětmi, máme nejvíce diváků, ale neopomíjíme ani tu 9 – 12.

Děčko na svých stránkách uvádí, že spolupracuje s odborníky. Jak se tyto odborníci podílí na programu a jednotlivých pořadech?

Děčkolegium je skupina moudrých, pomazaných hlav dam a mužů.⁹⁴ S nimi pravidelně Děčko udržuje dialog. Jsou poradním orgánem Děčka. Výkonný ředitel Petr Koliha se může kdykoliv obrátit na kohokoliv z nich podle toho, o jakou konkrétní věc se jedná. Občas ale někdo z nich, sám od sebe, vyjádří k nějakému problému. Tato vyjádření jsou brána velmi vážně a pracuje se s nimi. Do jednotlivých pořadů přímo nevstupují. Děčkolegium není formálním uskupením. To hlídá spíše Rada ČT..

Kolik lidí tvoří Děčko?

Osm lidí, kteří dělají to vysílání. Tahle osmička je hlavou Děčka a řídicím mozek.

Výkonným ředitelem je pan Petr Koliha, který tuto osmičku řídí. Jedná se o především o

⁹³Nesg. Miloš Zvěřina. *ČSFD* [online]. [cit. 2019-05-02]. Dostupné z: <https://www.csfd.cz/tvurce/53520-milos-zverina/>

⁹⁴ Jedná se o neformální uskupení cca 30 odborníků z oblasti psychologie, sociologie, mediálních studií, ale i tvorby dětských pořadů (scénáristé, režiséři, dramaturgové..) Mezi členy je např. psychiatr Jan Cimický, psychologka Marta Boučková, režisér Karel Smyczek, Prof. PhDr. Jan Jirák, Ph.D. (1958), vysokoškolský pedagog, profesor oboru Mediální studia, překladatel (beletrie, filmů a odborné literatury) a publicista, Prof. PhDr. David Šmahel, Ph.D. je profesorem na Fakultě sociálních studií Masarykovy univerzity v Brně, kde pracuje v Institutu výzkumu dětí, mládeže a rodiny a na Katedře mediálních studií a žurnalistiky, atd..

dramaturgii a skladbu programu. Vedle nás je druhá kolej kreativních producentů, které vede ředitel vývoje Jan Maxa. Ti kreativci jsou naši blízcí spolupracovníci. Kreativci mají za úkol být invenční, je ale třeba, aby ta kreativnost byla kumštovní, zzaměřena na správnou cílovku, což se někdy podceňuje. Je třeba, aby program zasáhl, aby kreativci neuhnuli od konceptu programu. Jak říká výkonný ředitel Petr Koliha: „Správný program je konzervativní!“ Děčko má jednu svou kreativní producentku, paní Barbaru Johnsonovou, ta se orientuje přímo na dramatickou tvorbu pro děti, což jsou pohádky a večerníček. Jinak Děčko spolupracuje i s jinými kreativními producenty České televize. Ti pak všichni připravují pořady vlastní tvorby.

Jak probíhá výběr zahraničních pořadů?

Výběr zahraničních pořadů je v gesci centra převzatých pořadů tzv. akvizici, která je svébytným televizním útvarem. V současné době ji vede paní Alena Poledňáková, ta má tým dramaturgů, kteří jsou pověřeni jednotlivými úkoly. V jejím týmu je i několik dramaturgů, kteří se orientují přímo na Děčko. Takže například v akvizici existuje dramaturg, který má ve své gesci dokument nebo dramatickou tvorbu, ale jsou to převzaté pořady, které vyhledávají na jiných stanicích.

Výběr bývá podřízen subjektivnímu pohledu. Je dobré, když dramaturgie akvizice a dramaturgie programu jsou ve shodě. Když ne, tak se to musí řešit na úrovni nějakých dohodovacích řízení nebo občas i direktivně, kdy výkonný ředitel, jako jediný člověk, který nese naprostou zodpovědnost, rozhodne. Nicméně i zde může zasahovat Děčkolegium. Také vnímáme stížnosti rodičů, které bereme velmi vážně, ale naštěstí jich moc není.

Děti láká v televizi násilí. Čím láká Děčko dětské diváky, když násilí není žádoucí?

Násilí se asi nevyhneme. Ani nechceme, vždyť je archetypálně obsaženo i v našich pohádkách. Ale vybíráme jaké násilí. Snažíme se s tím citlivě pracovat. Skutečně se snažíme, aby těch řezaček bylo co nejméně. Když přeroste mez například do nějakého pokusu o exces, tak tomu musí program zabránit. Je to poměrně subjektivní. Ale jistě se shodneme na typu násilí, které není vhodné dětem pouštět. K pořadům potom navíc používáme tzv. labeling. To znamená, že labelujeme/ označujeme některé pořady např. značkou 8+ nebo dokonce někde máme i 10+. To opět určuje vhodnost pořadu pro určitou věkovou skupinu dětí.

Grafika je výrazným prvkem Děčka. Proč jste se na ni tak zaměřili?

Grafikou získává ten kanál nějaký společný jmenovatel. Je to ta adjustáž, jakási obalová technika. Vnímáme ji jako takový sjednocující prvek. Rád bych zmínil pana Daniela Špačka, který měl za úkol celou výtvarnou část. Je to známý ilustrátor, který sklízí i ve světě velké ohlasy.

Tenkrát jsme vybírali z cca 26 návrhů různých uchazečů mezi kterými byli špičkoví grafici a výtvarníci. Skutečně ten výběr nebyl jednoduchý. Vzpomínám na chvíli, kdy pan ředitel Koliha říkal: „Je ti jasný, že se teď rozhodujeme na x let dopředu. To víš, ta grafika a animace není prvek, který se dá podcenit.“ Myslím, že nakonec byla volba skutečně šťastná a grafická část Děčka je vydařená a tvoří jednu ze specifik té naší jedinečnosti. Propojuje celý program a neustále prochází nějakou formou oživování.

Pomocí grafiky a animace se snažíme udržet identifikovatelnost Děčka. Chceme, aby zde byly okamžiky, se kterými se děti můžou identifikovat. Například Děčko se otvírá Raničkem, což je takový mladší bratříček Večerníčku. Bylo za potřebí, aby znělka ctěla staršího bratra, ale aby z toho bylo znát, že to není plagiát, že je to svébytný leč kratšounký počín. Což Danieli Špačkovi vyšlo. Dalším příkladem můžou být ovečky, které jsou různé mezi pořady a večer vysílání uzavírají, nebo třeba Duháček. To jsou dneska už tak oblíbené až slavné postavy Děčka, že se dokonce už párkrát objevila myšlenka udělat s těmito postavíčkami animovaný pořad.

Jakou má Děčko aktuální sledovanost?

Sledovanost je cca 30%. Někdy to klesne na těch 29,8 a pak najednou vyletí a 33,6%. To často souvisí s tím, o jakou se jedná denní dobu a také období školního roku. Největší sledovanost máme ráno a večer a potom např. při chřipkových epidemiích, o velikonočních a vánočních prázdninách apod..

Děčko je úspěšným kanálem. Čím myslíte, že to je? Zvláště v dnešní době, kdy děti mají k dispozici i jiné technologie.

Možná je to tím, že tu byl určitý hlad po kvalitním kanále. Přemýšliví, inteligentní lidé s přesahem si jistě uvědomují rozdíl mezi naším programem a jinými soukromými kanály určenými dětem. Asi není člověk, který by neoceníl, že jsme takovým bezpečným přístavem pro děti. Vše se sice musí odehrávat v určitých mantinelech, takže ani my

nejsme asi úplně ideální, ale snažíme se udržet tu tezi a výzvu, že budeme nejen kvalitní, ale i bezpeční, ve vztahu k dětem. Dalším faktorem je neklesající zájem ze strany rodičů. Naprostá většina připomínek je pozitivní. Tedy vnímáme, že právě rodiče a prarodiče nás vnímají velmi pozitivně, což je pro nás důležité stejně jako zájem dětí. A další věcí je propojenost právě na ta nová média. Snažíme se držet krok s okolním vyvíjejícím se světem. Program je v interakci s novými médii, s webem a o to nám šlo od počátku. Vzpomínám na pana ředitele Kolihu, jak říkal: „Tak hoši, tohle nesmíme nikdy podcenit, aneb víme, pro koho děláme.“